

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ПРАВА «КРОК»**

Кафедра журналістики

Потужний Андрій Ігорович

(прізвище, ім'я, по батькові)

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**Висвітлення у масмедіа США російсько-української війни: вплив та
основні тенденції**

061 «Журналістика»

(шифр і назва спеціальності)

«Міжнародна журналістика»

(освітня програма)

Подається на здобуття освітнього ступеня магістр

Магістерська кваліфікаційна робота Потужного Андрія Ігоровича містить результати власних доробок. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Науковий керівник :

Момот Неля Миколаївна,
кандидат філологічних наук, доцент

Київ-2025р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИСВІТЛЕННЯ ВОЄННИХ КОНФЛІКТІВ У МЕДІА.....	6
1.1. Поняття медіа та їх роль у формуванні громадської думки.....	6
1.2. Основні вимоги до висвітлення воєнних конфліктів у медіа.....	14
1.3. Інформаційні війни та пропаганда як основні проблеми розвитку глобального медіапростору.....	25
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ПОДІЙ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ У МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРИ США.....	34
2.1. Огляд основних наративів та фреймів американських медіа у репрезентації подій російсько-української війни.....	34
2.2. Образ України та РФ у медійному дискурсі США.....	39
2.3. Вплив політичних лідерів США на висвітлення подій російсько-української війни.....	46
РОЗДІЛ 3. ВПЛИВ АМЕРИКАНСЬКИХ МАСМЕДІА НА ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ.....	54
3.1. Вплив медіа на формування громадської думки американського населення про війну в Україні.....	54
3.2. Роль соціальних мереж та цифрових платформ у поширенні інформації про збройну агресію РФ.....	62
3.3. Перспективи формування позитивного образу України у глобальному медіапросторі.....	69
ВИСНОВКИ.....	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82

ВСТУП

Актуальність теми роботи. В умовах розвитку глобального медіапростору американські медіа висвітлюють основні воєнні конфлікти та формують міжнародну громадську думку. Сьогодні медіа формує ставлення американського населення до України та Росії, а також підтримує надання військової допомоги та санкцій. Аби оцінити двопартійний характер сприйняття війни у США, варто проаналізувати, як саме висвітлення конфлікту впливає на позиції різних політичних таборів. Крім того, важливим є також і дослідження зв'язку між медіанаративами та рішеннями уряду США щодо допомоги Україні, участі нашої держави в НАТО та глобальної безпеки загалом.

Актуальність дослідження теми кваліфікаційної роботи зростає у зв'язку із стрімким поширенням цифрових платформ, онлайн-видань та соціальних мереж, які формують новий інформаційний простір війни. Важливою проблемою сьогодення є також і дезінформація та пропаганда, що ускладнює висвітлення об'єктивної інформації про події війни. Актуальність дослідження полягає також і в можливості формування нових журналістських практик та розробки стратегії інформаційної політики, які дали б змогу підвищити рівень міжнародного іміджу України та запобігти появі дезінформаційних і фейкових повідомлень.

Аналіз рівня розробленості теми. Проблема теоретичних засад висвітлення воєнних конфліктів у медіа є об'єктом наукових розвідок для К. Акоюн [1], Ю. Бойко [5], В. Гапій [12], С. Драбюк [16], А. Колодяжної [22], О. Кудрі [23], І. Літвінчук [28], С. Стародуб [59] та ін. У цих роботах дослідники визначають сутність поняття «медіа» та їх вплив на громадську думку, аналізують основні вимоги до висвітлення воєнних конфліктів у медіа, а також окреслюють основні проблеми розвитку глобального інформаційного простору. Недостатньо розкритою на сьогодні залишається проблема особливостей репрезентації російсько-української війни у міжнародних медіа, зокрема у медіа США, що потребує більш детальних досліджень цієї теми у науковому середовищі України.

Мета дослідження – проаналізувати основні тенденції висвітлення у медіа США подій російсько-української війни.

Відповідно до мети було визначено наступні **завдання** дослідження:

- з’ясувати сутність поняття медіа та їх роль у формуванні громадської думки;
- визначити основні вимоги до висвітлення воєнних конфліктів у медіа;
- дослідити інформаційні війни та пропаганду як основні проблеми розвитку глобального медіапростору;
- розглянути основні наративи та фрейми американських медіа у репрезентації подій російсько-української війни;
- висвітлити образ України та РФ у медійному дискурсі США;
- оцінити вплив політичних лідерів США на висвітлення подій російсько-української війни;
- виявити вплив медіа на формування громадської думки американського населення про війну в Україні;
- сформуванати уявлення про роль соціальних мереж та цифрових платформ у поширенні інформації про збройну агресію РФ;
- обґрунтувати перспективи формування позитивного образу України у глобальному медіапросторі.

Об’єктом дослідження є особливості висвітлення російсько-української війни у масмедіа США.

Предметом дослідження є основні тенденції та вплив масмедіа США на репрезентацію та сприйняття російсько-української війни.

Методи дослідження:

- аналізу та синтезу – використано при вивченні теоретичних засад висвітлення воєнних конфліктів у медіа;
- метод контент-аналізу – був корисним при виявленні основних наративів та фреймів про російсько-українську війну, які побутують у медіа США;

– метод порівняння – дав змогу зіставити особливості висвітлення образу України та Росії у медіа США;

– метод конкретизації – застосовано при оцінці впливу американських масмедіа на формування міжнародного іміджу України.

Науково-практична новизна отриманих результатів полягає у ґрунтовному висвітленні особливостей репрезентації збройних конфліктів у медіа; виявленні основних вимог до публікації «воєнного контенту»; формуванні уявлення про особливості репрезентації російсько-української війни у медіапросторі США. Результати кваліфікаційної роботи можуть бути корисними у навчальному процесі, зокрема під час підготовки навчальних посібників та методичних рекомендацій для здобувачів освіти спеціальності «Журналістика». Отримані матеріали дослідження також доцільно використовувати для подальших наукових розвідок у сфері журналістики, політології та міжнародних відносин.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження апробовано

Структура дослідження. Робота складається з вступу, 3 розділів основної частини (які мають по 3 підрозділи), висновків та списку використаних джерел, який налічує 102 найменування. Загальний обсяг роботи складає 98 сторінок, основний зміст викладено на 82 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИСВІТЛЕННЯ ВОЄННИХ КОНФЛІКТІВ У МЕДІА

1.1. Поняття медіа та їх роль у формуванні громадської думки

Актуальність висвітлення воєнних конфліктів у сучасному медіапросторі стрімко зростає з огляду на поширення інформаційних воєн та гібридних конфліктів. Саме медіа сьогодні є важливим джерелом інформації про воєнні дії для суспільства.

Феномен медіа є одним із найпопулярніших та найважливіших у сучасній теорії. Медіадисципліни набувають популярності та легітимності як в академічних колах, так і за їх межами. Це не є новацією, оскільки образи, моделі та методи, що генеруються медіа, вкорінюються в нашій свідомості та тілах. Сьогодні, в епоху цифрових медіа, вони формують наш світ, і наше сприйняття, усвідомлення та досвід його керуються правилами, які вони пропонують. Медіа визначають наше існування, і теорія реагує на цю ситуацію пошуком концептуальної мови, адекватного опису нової реальності – медіареальності. Концептуальна мова медіа – це неоднозначне поняття. Ми можемо говорити про медіа як про об'єкт, так і про інструмент аналізу, джерело всіх можливих форм розуміння сучасної реальності. І. Шпачинський та К. Воронюк зазначають, що протягом останніх двох десятиліть слово «медіа» все частіше та наполегливіше використовується як в академічних дискусіях, так і в повсякденному мовленні. Ми зустрічаємо його в лексиконі журналістів, фахівців зі зв'язків з громадськістю, програмістів, військовослужбовців та політиків, але також знаходимо його в академічній мові, в гуманітарному контексті, обговорюється в різних галузях, від філології до соціології, від теорії комунікації до самої філософії [75, с. 252].

Виникнення засобів масової інформації пов'язане з необхідністю поширення та передачі інформації. Як відомо, спочатку їх поширювали герольди та мандрівники. Це явище не мало систематичного характеру, а радше було

пов'язане з волею особи, зацікавленої в передачі новин. Газети традиційно вважаються «попередниками» газет, які розповсюджувалися в Стародавньому Римі шляхом копіювання зі сувоїв та розклеювання на громадських площах, доставлялися політикам чи просто аристократам. З розвитком суспільства преса зайняла особливе місце в системі масової інформації завдяки запису інформації на папері (тканині, полімерному полотні тощо) за допомогою друкарської технології. Другим новітнім типом засобів масової інформації є радіомовлення, що характеризується використанням звуку як носія інформації та його ефективністю, оскільки повідомлення надходить майже одночасно з подією, про яку повідомляється. Телебачення увійшло в суспільство в 1930-х роках і розвивалося прискореними темпами протягом багатьох років, наразі займаючи лідируючі позиції. Іншим типом засобів масової інформації, що виник на рубежі ХХ та ХХІ століть, є глобальна комп'ютерна мережа (представлена сьогодні Інтернетом). Онлайн-медіа включають електронні версії газет, так звані онлайн-газети та журнали, радіо- та телевізійні передачі, веб-сайти, веб-сторінки та блоги, що ведуться окремими журналістами, які швидко змінюють свій контент та споживаються користувачами в режимі реального часу [33, с. 31].

Термін «засоби масової комунікації» охоплює ширший спектр засобів масової інформації. До засобів масової комунікації належать театр, кіно, цирк тощо, а також різні види вистав, що характеризуються регулярним впливом на масову аудиторію. Варто також розглянути технічні засоби масової комунікації, наприклад, телеграф, телефон, телетайп тощо. Друге поняття, «засоби масової інформації», має низку спільних характеристик із засобами масової комунікації, але це не робить їх ідентичними. Крім того, засоби масової інформації мають певні характеристики, які сприймаються як унікальні для цього поняття. Серед цих характеристик М. Пахнін відзначає, наприклад, наявність технічних засобів. Відмінності в основних сферах діяльності можна простежити, досліджуючи функції окремих понять. Розглянемо основні функції засобів масової інформації. Загальне призначення засобів масової інформації охоплює багато соціальних,

політичних, психологічних та інших ролей. Серед загального кола функцій ЗМІ М. Пахнін виділяє:

- комунікативна функція – проявляється у встановленні контакту;
- організаційна функція – проявляється у підкресленні ролі журналістики як «четвертої влади» в суспільстві;
- ідеологічна функція – проявляється у прагненні здійснити глибокий вплив на самосвідомість людей, на ціннісні орієнтації та світогляд реципієнтів, на ідеали та прагнення суспільства, враховуючи мотивацію поведінкових актів;
- культурно-освітня функція – проявляється у вихованні суспільства відповідно до універсальних культурних зразків, що, у свою чергу, сприяє всебічному розвитку кожної людини;
- рекламно-інформаційна функція – проявляється у задоволенні утилітарних потреб у зв'язку з відповідними сферами інтересів різних категорій реципієнтів (садівництво, туризм, городництво, колекціонування тощо);
- рекреаційна функція – проявляється у забезпеченні суспільства духовними та психологічними благами, наприклад, зняттям стресу, розвагами та задоволенням [44, с. 67-68].

Терміни медіа та ЗМІ є синонімами. Тим не менш, існує різниця, більш інтуїтивна та семантична, принаймні для мене. ЗМІ – це старий термін, тоді як медіа – новіший, що виник в англomовному світі. Саме тут почалася дискусія про зміну ролі та форми медіа. Наприклад, чи трансформуються сайти соціальних мереж та блоги в ЗМІ? Чи можна вважати сторінку у Facebook, Instagram або обліковий запис у Twitter медіа?

Buzzfeed та Mashable дозволяють використовувати неформальний, схожий на блог стиль подання інформації, часто з особистою оцінкою. Це так, ніби автор пише на власній сторінці у Facebook, а не від імені редакційної команди. Такі публікації насправді допомагають нам зрозуміти, чим термін «медіа» може відрізнитися від терміна «ЗМІ». ЗМІ – це радше відсторонена, суха інформація, тоді як медіа – це більш особистий, персоналізований підхід до посередництва між публікацією та читачем [34].

Засоби масової інформації відіграють важливу роль у розвитку сучасної політики. Вони звертають увагу громадськості та органів влади на певні соціально-політичні проблеми, неодноразово піднімають їх у публічному просторі, вказують на негативні наслідки бездіяльності та пропонують нові підходи до їх вирішення. Завдяки цьому ЗМІ сприяють появі нових технологій і політичних інститутів. У сучасних наукових дискусіях обговорюють нові форми медіа, які виникли внаслідок інтеграції раніше окремих інформаційних технологій, як-от телебачення, телекомунікації та комп'ютери. Особливу актуальність здобуває Інтернет як система взаємопов'язаних комп'ютерних мереж, що об'єднує людей у всьому світі та забезпечує обмін думками з різних суспільних питань. Оптимісти вважають, що завдяки своїй інтерактивності та складності цензурування, Інтернет може радикально змінити політичну комунікацію. Дослідження показують, що цифрові медіа сприяють реалізації творчого потенціалу, зменшенню соціальної ієрархії, ефективному розвитку демократичних процесів, посиленню ролі громадян, які раніше були лише пасивними споживачами інформації, а також формуванню нових видів суспільних об'єднань [4, с. 14].

Громадська думка виникає у зв'язку з конкретними подіями та явищами суспільного життя. Вона являє собою публічно висловлені та широко поширені судження, що включають оцінку та ставлення (як явне, так і приховане) до певних подій, дій окремих осіб, груп чи організацій, які мають значний суспільний інтерес. По суті, це прояв масової свідомості. Ідеї, інтереси, переконання та соціальні уявлення великих груп у кожному суспільстві не існують ізольовано, а формують своєрідний конгломерат, який можна визначити як масову свідомість. Неправильно розглядати громадську думку лише як суму індивідуальних поглядів, оскільки кожна людина сприймає реальність по-різному, залежно від характеру, темпераменту, освіти, віку та соціального походження.

Формування громадської думки відбувається на різних рівнях. На академічному рівні це здійснюється через засоби масової інформації та

організовані заходи, наприклад, мітинги, демонстрації, збори або Майдани. На повсякденному рівні вона формується під впливом близького соціального кола, родини, колективного середовища (робота, навчання, військова служба), особистого життєвого досвіду та навіть пліток. Процес формування громадської думки відбувається через активний обмін інформацією, порівняння й зіставлення позицій, пошук спільних основ та відкидання дрібних індивідуальних відмінностей [8, с. 145].

Громадська думка, що відображає ставлення суспільства до актуальних питань життя спільноти, спочатку проявляється через судження та висловлення думок, а згодом – через конкретні дії. У її формуванні традиційно брали участь відомі та авторитетні особистості, чиї погляди впливали на широку аудиторію: популярні артисти, видатні спортсмени, науковці, які виступали своєрідними провідниками для своїх численних прихильників. Такий підхід був особливо ефективним у другій половині ХХ століття, проте вимагав безпосередньої участі цих осіб.

У ХХІ столітті зміни в технологіях засобів масової інформації призвели до появи безособових повідомлень та часто спотвореної інформації, що стало потужним інструментом впливу на суспільну свідомість. Сучасна громадська думка вже виходить за межі внутрішньодержавних соціальних питань: вона може формуватися зовнішніми силами і навіть впливати на уявлення громадян про національну ідентичність та мету держави, членами якої вони є. Водночас зростає значення державної інформаційної політики як спеціальної сфери діяльності органів влади та посадових осіб, спрямованої на збереження державності, забезпечення виконання основних функцій держави та підтримку соціальної стабільності [23, с. 30].

Інформація, що поширюється засобами масової інформації, має суттєвий вплив на формування свідомості масової аудиторії. Такий вплив реалізується за допомогою різних механізмів, зокрема переконання та навіювання. Інтенсивність дії медіаповідомлень значною мірою залежить від регулярності їх

подання, актуальності змісту та відповідності інформаційних матеріалів запитам аудиторії.

Завдяки можливостям ЗМІ інформація може бути:

- подана у вигідному або бажаному для медіа чи замовника контексті;
- спотворена шляхом односторонньої або фрагментарної подачі, коли повідомлення розділяється на окремі частини, що перешкоджає формуванню цілісного уявлення про події;
- перевантажена надмірним інформаційним потоком, унаслідок чого виникає так званий «інформаційний шум», що знижує рівень сприйняття інформації реципієнтом;
- скоригована шляхом включення суб'єктивних оцінок і коментарів, які зумовлені особистими переконаннями та індивідуальними характеристиками представників медіа;
- подана неповно, із приховуванням окремих аспектів і деталей події та акцентуванням уваги лише на вибраних елементах;
- оприлюднена оперативно без належної перевірки, що відповідно до «закону випередження» М. Лундта має сильніший вплив на аудиторію, ніж подальші уточнення чи спростування [52, с. 1038].

ЗМІ мають різні можливості та вплив, які залежать, перш за все, від того, як їх сприймає їхня аудиторія. Більшість повідомлень у політичній пресі та інших засобах масової інформації зосереджені на впливі на людські емоції, щоб переконати людей діяти відповідно до певної системи політичних цінностей. Політична інформація, що досягає адресата, може бути прихована, піддана «персональній цензурі» та сприйнята лише частково. Однак за певних умов вона сприймається адресатом без належної критичної обробки. Чим більшу довіру вселяє відправник, тим більша ймовірність зміни думки в бажаному напрямку. Довіра ґрунтується на експертних навичках, тобто здатності точно сформулювати питання; враженні правдивості переданої інформації, підкріпленому вільним володінням матеріалом; та довірі до інформатора. Ефективність переданої інформації вища, якщо відправник спочатку висловлює

ті ж погляди, що й адресат. Сприйняття адресатом мовця може впливати на його ставлення до повідомлення [39, с. 161].

Сучасні медіа пропонують можливість отримувати найновіші та найактуальніші новини з будь-якої точки світу практично онлайн. Звичайно, пересічна людина не може самостійно перевірити достовірність отриманих фактів, і тому змушена покладатися на правдивість певної інформації, наданої журналістами. Таким чином, люди по суті стають заручниками надійності ЗМІ, оскільки недобросовісні журналісти та ті, хто за ними стоїть, мають усі можливості маніпулювати громадською свідомістю. Однак не слід розглядати ЗМІ як монстра, здатного лише спотворювати масову свідомість. Їхня роль у формуванні громадської думки може бути дуже позитивною. Без активного поширення інформації вільними та практично необмеженими засобами люди практично не здатні формувати ціннісні судження щодо суспільно значущих питань та реагувати відповідно. Н. Сафарян зазначає, що існують фактори, які зміщують акцент медіадіяльності з інформації на сенсаційність. Це зрозуміло, оскільки ЗМІ прагнуть прибутку, а не громадянської освіти. Тому вони прагнуть підтримувати баланс між імперативом суспільного служіння та прагненням до прибутку. Однак якщо цей баланс порушується, очевидно, що інформація, що поширюється такими ЗМІ, відхилятиметься від принципу надійності. Яскравим прикладом є діяльність ЗМІ в Китаї, де уряд повністю контролює всі канали інформації для громадськості та максимально обмежує свободу преси, тим самим мінімізуючи здатність ЗМІ формувати об'єктивну громадську думку [57, с. 167].

Часто можна зустріти твердження, що журналісти застосовують «психологічну зброю» для впливу на суспільство. Насправді цей вплив існує давно і має більш коректну назву – інформаційний вплив. Протягом свого розвитку засоби масової інформації виробили специфічні прийоми донесення інформації до аудиторії. Серед них – дезінформація, замовчування фактів, використання асоціативних моделей, перебільшення, імітація «громадської думки», непряме підкреслення важливих подій та процесів тощо. Ці методи й

сьогодні залишаються ефективними інструментами впливу на громадську думку. Водночас проблема полягає в тому, що вони часто мають прямий характер і високу масову привабливість, що сприяє поширенню маніпуляцій, пропаганди та недостовірної інформації.

Кожен засіб масової інформації має власні канали формування громадської думки. Це, насамперед, друковані видання, радіо, телебачення та Інтернет. Кожен із цих каналів відрізняється специфікою впливу на аудиторію. Наприклад, інформація в газетах і журналах подається менш оперативно, ніж на телебаченні чи радіо, проте її сприйняття більш візуальне, і вона довше залишається в пам'яті читачів.

Телебачення є найпопулярнішим засобом масової інформації, що значною мірою впливає на психіку та свідомість людини. Завдяки ефекту присутності, довірі глядачів та аудіовізуальним ефектам воно формує взаємодію з аудиторією. Радіо також має свої переваги: воно загальнодоступне, його можна слухати будь-де та будь-коли, а завдяки невисокому рівню стресу під час прослуховування люди можуть легше сприймати інформацію під час відпочинку або поїздок. Інтернет, у свою чергу, поєднує властивості майже всіх комунікаційних каналів – тексту, звуку, зображень і відео – і забезпечує найшвидше поширення інформації серед усіх сучасних медіа [60, с. 37].

Одним із ключових аспектів впливу медіа є їхня здатність формувати ідентичність. Медіа відіграють значну роль у формуванні національної, соціальної та культурної ідентичності, постійно передають образи та символи, з якими громадяни можуть себе ідентифікувати. Наприклад, образи національних героїв, національних лідерів, культурних ікон та спортивних діячів активно формуються через медіа. У часи кризи чи війни медіа можуть мобілізувати національну ідентичність, зміцнювати почуття патріотизму та солідарності серед населення. Медіа також виконують освітню функцію, особливо в демократичних суспільствах. Вони допомагають громадянам зрозуміти складні політичні та економічні процеси, знайомлять з новими науковими досягненнями, розширюють кругозір та сприяють загальній освіті. Наприклад, соціально

значущі теми, наприклад, зміна клімату, права людини та здоровий спосіб життя, часто є предметом інформаційних кампаній у медіа, що суттєво впливає на обізнаність та поведінку громадськості. Однак ця функція не завжди виконується на високому рівні, оскільки в деяких випадках медіа можуть поширювати дезінформацію або надмірно спрощувати складні теми.

Варто також відзначити роль медіа у формуванні політичних рішень. У багатьох країнах медіа активно впливають на політичний дискурс, виступають посередниками між громадянами та політиками. Вибори, парламентські дебати, законодавчі ініціативи та навіть міжнародна політика значною мірою висвітлюються засобами масової інформації, що дозволяє громадянам формувати власні погляди та брати участь у політичному житті. Це особливо важливо в демократичних державах, де громадська думка відіграє ключову роль у процесі прийняття рішень [22, с. 18].

Отже, медіа мають вагомий вплив на формування громадської думки. Зокрема вкрай важливою є роль медіа у формуванні суспільних настроїв під час кризових ситуацій. Основними механізмами впливу медіа на масову свідомість є переконання, навіювання, фреймінг та маніпуляція. Вплив медіа на громадську думку залежить від регулярності, оперативності та актуальності інформації. В умовах воєнних конфліктів громадська думка є вразливою до впливу маніпулятивних практик. Саме тому в умовах кризових ситуацій варто розвивати критичне мислення та медіаграмотність населення, аби уникнути маніпуляцій та поширення фейків.

1.2. Основні вимоги до висвітлення воєнних конфліктів у медіа

В умовах війни актуальним для журналістів є дотримання професійних стандартів та забезпечення громадян об'єктивною інформацією про перебіг війни. Тема війни є однією із найбільш чутливих та суспільно важливих сфер медіакомунікації. Саме тому ризики виникнення дезінформації та пропаганди у медіа в умовах війни є досить високими, що вимагає пошуку інноваційних методів мінімізації цих проблем.

Соціальну відповідальність медіа можна розглядати в таких ключових сферах: соціальна відповідальність медіа у виконанні соціальних функцій інформування громадськості відповідно до професійних стандартів, формування світогляду з урахуванням антидискримінаційних практик та свободи слова і прав людини, поширення ідей, заснованих на демократичних європейських цінностях та інших формах комунікації в суспільстві; соціальна відповідальність медіа як підприємства щодо своїх зобов'язань перед медіаспільнотою.

Війна стає маркером ідей, що формуються в суспільстві, та виявляє проблеми медіасередовища в процесі лібералізації та дотримання демократичних цінностей. Антидискримінаційні практики в медіа в період, що передував збройній агресії Російської Федерації проти України, суттєво змінили український медіадискурс; українські медіафахівці схилилися до використання толерантної лексики, а клімат взаємоповаги та недискримінаційної поведінки значно покращився [71, с. 60].

Кожен збройний конфлікт вносив свої власні модифікації у спосіб висвітлення ЗМІ війни. Перша та Друга світові війни характеризувалися повною військовою цензурою. Під час Другої світової війни радіо та кіно також активно брали участь у масовій пропаганді та мобілізації населення. З розвитком технологічних засобів з'являлося все більше можливостей фіксувати події безпосередньо на полі бою. Під час війни у В'єтнамі кількість іноземних журналістів, які працювали в зонах бойових дій, зроста. Наразі конкуруючі новинні канали, що наводять приклади війни в Афганістані, Іраку та Україні, представляють протилежні погляди на збройні конфлікти не лише в різних країнах, але й у кожній країні, залежно від політичних поглядів аудиторії каналу. Основний дискурс щодо стандартів роботи у збройному конфлікті розвивається в рамках двох парадигм: «журналістика миру» проти «журналістики війни», або, іншими словами, «журналістика залученості». Останній підхід передбачає чітке визначення агресора в конфлікті, тоді як журналістика миру стосується ролі ЗМІ у вирішенні конфлікту та пошуку компромісів. Ідеологи «журналістики миру» вважають, що питання «як вирішити конфлікт?» є важливішим, ніж

ідентифікація агресора. Однак фактор агресора є вирішальним елементом у вирішенні моральних та етичних дилем, з якими стикаються журналісти під час своєї роботи. Крім того, формулювання «журналістики війни» сприймається прихильниками цієї парадигми як схвалення війни, що не відповідає дійсності. Аналіз показує, що обидві парадигми – «журналістика миру» та «журналістика війни» – мають свої сильні та слабкі сторони. Концепція «журналістики миру» є важливою у внутрішніх політичних конфліктах і може сприяти пошуку консенсусу, але у випадках зовнішньої агресії ігнорування питання відповідальності партій ризикує спотворити реальність. «Журналістика війни» наголошує на викритті злочинів та несправедливості, але може залучати ЗМІ до логіки конфронтації [27, с. 229].

Складна політична обстановка висуває нові вимоги до суспільства, яке потребує своєчасної та практичної інформації, бажано у форматі фото чи відео. Сучасний український журналіст має бути універсальним фахівцем, адже політичні обставини вимагають використання всіх доступних засобів впливу на аудиторію. У цифровому суспільстві особливо важливо володіти «ефектом присутності», який створюється через інтерактивні та оцифровані канали комунікації, і це стало однією з ключових компетенцій сучасного медіа-працівника.

Журналіст на війні повинен виконувати не лише роль автора статей, а й фотографа, оператора, редактора, а іноді й дублювати власні матеріали. Сьогодні український медіапрацівник по-справжньому універсальний: війна вимагає від нього постійного оновлення професійних навичок та знань не лише журналістських стандартів, але й сучасних методів впливу на аудиторію – конвергенції, мультимедійних форматів, різних форм журналістської комунікації, включно з практиками суб'єктивної, гонзо- та інтерпретаційної журналістики.

Окрему увагу заслуговують воєнні журналісти. Журналіст на передовій несе відповідальність за поширювану ним інформацію. Яскравими прикладами є Андрій Цаплієнко, Костянтин Мельников, Антон Коломієць, Денис Казанський,

Юрій Бутусов та інші. Вміння визначати, що можна демонструвати, а що заборонено, як правильно спілкуватися з військовими та уникати потенційно небезпечного контенту – це навички, які журналісти здобувають у практичній роботі. Іноді трапляються помилки, і щоб запобігти шкоді національним інтересам, уряди вводять правові обмеження на збір та поширення матеріалів [19, с. 70].

Правдивість і достовірність є ключовими етичними принципами журналістики у воєнний час. Збройні конфлікти створюють сприятливі умови для поширення дезінформації, маніпуляцій і пропаганди. Тому журналісти повинні особливо ретельно перевіряти факти, адже навіть незначна помилка може зашкодити їхній репутації та становити загрозу національній безпеці.

Необхідно пам'ятати, що публікація навіть достовірної, але стратегічно чутливої інформації може мати серйозні наслідки. Наприклад, передчасне висвітлення військових операцій Збройних Сил України може розкрити їхні позиції та поставити військових під загрозу. Додатковою проблемою є боротьба з фейковими новинами, що провокують паніку серед населення. Для запобігання цьому журналісти мають користуватися перевіреними джерелами, співпрацювати з експертами та ретельно контролювати достовірність усіх даних перед публікацією. Особливу увагу слід приділяти безпеці журналістів, які працюють у зоні бойових дій. Під час повномасштабного вторгнення в Україну десятки медіапрацівників загинули, виконуючи свою професійну місію та документуючи наслідки війни [38, с. 327].

В українській журналістиці питання висвітлення травматичних подій стало особливо актуальним із початком російсько-української війни. Щоденне інформування про військові операції, людські втрати, руйнування та гуманітарні кризи ставить перед журналістами серйозні етичні та професійні виклики. З одного боку, суспільство має право отримувати об'єктивну інформацію про події на передовій та їхні наслідки, з іншого – постійний потік травматичного контенту може спричинити колективну травматизацію.

Особливу увагу журналісти повинні приділяти конфіденційності та захисту приватного життя постраждалих. Права жертв на недоторканність персональних даних мають бути поважані, особливо якщо їх розголошення може призвести до стигматизації або дискримінації. Це стосується випадків сексуального насильства, злочинів проти дітей, проблем психічного здоров'я та інших чутливих тем. Для безпечного висвітлення таких матеріалів рекомендується дотримуватися принципу анонімності: змінювати імена та іншу ідентифікаційну інформацію, при цьому обов'язково зазначаючи це у публікації [10, с. 13].

Інформацію про смерть, поранення, зникнення чи захоплення конкретних осіб слід ретельно перевіряти та використовувати лише достовірні джерела. До них належать, перш за все, ті, хто брав участь у інциденті, хто був безпосередньо на місці події та з особою під час інциденту, і хто був свідком події безпосередньо. Хоча можна покладатися на професіоналізм державних органів, які надають офіційну інформацію про таку подію, знову ж таки необхідно шукати інші, додаткові джерела. У кожній такій ситуації необхідно враховувати два важливі міркування: 1) неправдива інформація про таке нещастя конкретної особи завдасть серйозної або непоправної шкоди її родині та друзям; 2) правдива інформація може завдати реальної шкоди ув'язненому. Тому в таких ситуаціях слід бути надзвичайно обережним, розкриваючи ім'я конкретної особи, та публікувати його лише тоді, коли журналісти абсолютно переконані в точності та достовірності інформації (тобто в компетентності та правдивості наших джерел) та коли вони абсолютно впевнені, що розголошення імені особи не зашкодить їм у складній ситуації. Повідомлення про травму особи повинно здійснюватися лише за її згодою. Якщо потерпіла сторона не може надати інформовану згоду або не надає її, до неї можуть звертатися без її імені, що дасть змогу уникнути можливості ідентифікації за фотографією [1, с. 13].

У 2022 році Інститут масової інформації оприлюднив рекомендації щодо особливостей спілкування з військовослужбовцями:

1. Перед початком запису розмови чи використання мікрофона необхідно отримати згоду співрозмовника. Заборонено знімати обличчя військових, їхні позиції та озброєння.

2. Не слід поширювати відомості про чисельність підрозділів, види озброєння чи координати розташування, якщо така інформація не оприлюднена в офіційних джерелах, адже це може зашкодити перебігу бойових дій.

3. Не рекомендується робити спільні фотографії з військовими, оскільки такі зображення можуть потрапити до відкритого доступу та бути використані противником.

4. Варто враховувати, що рядові бійці не завжди володіють повною інформацією про ситуацію на фронті, однак можуть надати важливі свідчення про події безпосередньо на місці. Тому запитання доцільно ставити в межах тієї локації, де вони перебувають.

5. Слід пам'ятати, що військовослужбовці не зобов'язані надавати інформацію журналістам. Важливо залишатися ввічливими, врівноваженими та спокійними, навіть у разі напруженої або агресивної поведінки з боку бійців.

6. Під час роботи з відео- та фототехнікою потрібно бути особливо обережними, оскільки об'єктиви можуть відблискувати або виглядати як зброя, що створює загрозу для безпеки.

7. Категорично заборонено торкатися зброї. Не варто контактувати з журналістами, які носять або використовують зброю, а також брати з собою боеприпаси чи інші військові предмети як сувеніри.

8. На блокпостах слід поводитися впевнено й стримано, чітко представлятися як журналіст та виконувати всі законні вимоги військових. Відповіді мають бути лаконічними, зрозумілими та по суті – без зайвих пояснень [47].

Військова підготовка воєнних журналістів дуже сувора. Іноді стверджується, що такі спеціалісти – це, перш за все, солдати, а потім журналісти. Вони служать у війську разом з іншими у військових частинах і знають систему вздовж і поперек. Насправді вони є комбатантами – членами

збройних сил країни, що перебуває у стані збройного конфлікту, які мають право безпосередньо брати участь у бойових діях. Комбатанти зазвичай носять особливу форму або знаки розрізнення (цивільні – ні), їм дозволено носити та використовувати зброю (цивільні – ні), можуть перебувати на передовій або в зонах активних бойових дій (тоді як цивільні особи зазвичай знаходяться поза цими зонами), комбатанти вважаються «законними цілями» згідно з міжнародним гуманітарним правом (цивільні вважаються «особами, що перебувають під захистом») тощо. У цьому контексті очевидно, що журналісти-комбатанти та журналісти цивільних ЗМІ, які висвітлюють війну, потребують зовсім іншої підготовки. Комбатанти часто проходять військову підготовку та володіють спеціалізованими навичками, тоді як цивільні – ні. Наразі для цивільних журналістів організуються короткострокові (2–3 тижні) курси з основ безпеки життєдіяльності в бойових умовах [25, с. 186].

Журналістика під час збройного конфлікту виконує подвійну роль: з одного боку, вона гарантує громадськості право на інформацію, а з іншого – відповідає за безпеку сил оборони. У цьому контексті виникає концепція «відповідальної публічності», яка передбачає саморегуляцію та утримання від публікацій, здатних зашкодити військовим операціям. Теорії публічності та секретності допомагають розібратися у складній взаємодії знань і влади.

У медійному середовищі секретність не лише приховує факти, а й створює символічний капітал – довіру до джерела, відчуття професіоналізму або, навпаки, підозру у маніпуляціях. У сферах військової журналістики та розвідки межі між «таємним» і «публічним» часто перетинаються: інформація, яка вчора була засекречена, сьогодні може увійти до офіційного нарративу з метою підтримки суспільного духу. Це явище отримало назву керованої публічності – комунікаційної стратегії, за якої держава поступово відкриває інформацію, зберігає контроль над її тлумаченням.

Межа між розвідкою та медійною інформацією не є статичною, вона змінюється залежно від етапу війни, політичного контексту, технологічних можливостей та рівня довіри між Збройними Силами України та суспільством.

У результаті формується нова модель інформаційної взаємодії, де журналісти та працівники розвідки виступають не як суперники, а як учасники спільного комунікаційного поля, чия мета – забезпечення безпеки через достовірну інформацію [36, с. 117].

У воєнний час традиційні журналістські стандарти зазнають змін. Якщо зазвичай пріоритетом є неупередженість, то під час збройного конфлікту ключовим завданням журналіста стає безпека власної армії та держави. З цієї причини Володимир Данилюк, майор, службовець відділу зв'язків із громадськістю управління комунікацій Оперативного командування «Захід» Сухопутних військ України, дав рекомендації для майбутніх журналістів щодо безпечного та коректного висвітлення подій у зонах бойових дій. Зокрема, він підкреслює:

- журналіст має залишатися непомітним і не виділятися серед військових;
- важливо мати водійське посвідчення та вміти керувати різними транспортними засобами, адже фронтові умови часто непередбачувані;
- журналіст повинен володіти навичками надання першої медичної допомоги, оскільки медики не завжди можуть бути поруч;
- необхідно розрізняти види озброєння та техніки, наприклад кулемети та гармати, Starlink та РЕБ [18].

Важливою проблемою в умовах війни є також і психологічний стан журналістів. Психічний стан журналістів безпосередньо пов'язаний з їхнім досвідом перебування в умовах війни та специфікою професійних завдань:

1. Продюсери та редактори мають труднощі з контролем важливих аспектів життя, схильні до роздратування та емоційного виснаження. Ресурсом для зростання для них є усвідомлення власної сили та цінності життя.
2. Кореспонденти часто відчують тривогу у несподіваних і неконтрольованих ситуаціях, але добре володіють самоконтролем і бачать можливості для особистісного розвитку під час війни.

3. Фіксери характеризуються високим рівнем уявної безпорадності через багатофункціональність і високу відповідальність, часто придушують емоції та мають знижений соціальний інтерес. Попри це, вони демонструють високий рівень особистісного зростання завдяки усвідомленню цінності життя, використанню нових можливостей і соціальній підтримці.

4. Журналісти, що працюють у відносно безпечних умовах, схильні до тривоги та невпевненості у складних ситуаціях. Особистісне зростання можливе за умови усвідомлення власних цінностей та сильних сторін.

5. Журналісти, що мають відрядження на фронт, демонструють високий рівень уявної безпорадності, часто відчують стрес, смуток та нервозність. У них підвищена тривога та проблеми зі сном, а також складності з вирішенням особистих проблем. Водночас вони здатні контролювати ситуацію, приймати творчі рішення та використовувати нові можливості для особистісного зростання.

6. Журналісти, що живуть і працюють на фронті, стикаються з фізичною втомою та виснаженням, що знижує рівень стресостійкості. Вони не завжди можуть контролювати перебіг подій, проте добре справляються з негативними емоціями, активно шукають і використовують нові можливості та зміцнюють соціальні зв'язки [54, с. 22].

Організація 2402 Foundation (Daily Humanity) оприлюднила комплексне дослідження стану психічного здоров'я та стійкості серед медіа професіоналів в Україні, проведене з листопада 2024 по березень 2025 року.

Метою дослідження було не лише визначити рівень стресу та професійного вигорання, а й детально вивчити психологічні проблеми, з якими стикаються журналісти, а також ресурси та звички, які вони використовують для підтримки власної стійкості. Окрім того, дослідники аналізували взаємозв'язок між професійним навантаженням та роботою в умовах війни.

За результатами опитування, 85% журналістів зазначили, що стикалися з професійним вигоранням. Це підкреслює, що вигорання є системною

проблемою, яка потребує вирішення не лише на рівні індивідуальної підтримки, а й через зміну організаційних підходів до психічного здоров'я в медіа.

Серед основних причин вигорання названо:

- хронічне перевантаження;
- роботу з емоційно важким контентом;
- втрату сенсу професійної діяльності;
- відсутність підтримки в колективі;
- токсичне робоче середовище.

Хоча 80% респондентів усвідомлюють важливість самопіклування, лише 10% практикують його щодня, що демонструє розрив між розумінням необхідності підтримки психічного здоров'я та реальними діями [40].

У межах програми Mental Support for Media, започаткованої Фундацією «Суспільність» та Центром психічного здоров'я «БрейнКульт», проводилась діагностика психічного стану членів кількох редакцій. Для оцінки використовувалися стандартизовані скринінгові опитування, і за результатами відповідей 79 журналістів отримано такі дані:

1. Початкові ознаки професійного вигорання виявили майже 47% респондентів, виражені симптоми – у 43%. Тобто понад 90% журналістів мали ознаки вигорання.

2. Симптоми депресії були зафіксовані у 97% опитаних: легкого ступеня – 34%, вираженого – 63%.

3. Помірні прояви тривожного розладу мали 44% респондентів, виражені – 50,5%.

4. Серед тих, хто зазначив, що пережив травматичну подію, 38% відчували небажані, нав'язливі спогади, які регулярно виникали у пам'яті. Це один із потенційних індикаторів посттравматичного стресу – флешбеки, нічні кошмари, яскраві емоційні спогади, що створюють відчуття, ніби подія відбувається знову.

Навіть якщо врахувати можливу похибку через те, що участь у опитуванні могли брати ті, хто вже відчуває певні труднощі, цифри залишаються дуже високими і потребують уваги.

Водночас важливо розуміти, що під час війни люди можуть відчувати широкий спектр емоційних і фізіологічних реакцій на насильницькі дії. Такі реакції можуть бути неприємними, складними для контролю та важкими для осмислення, але часто вони є нормальною відповіддю організму у режимі самозахисту від загрози. Поряд із цим українські журналісти демонструють значну стійкість навіть у найскладніших умовах. Так, на запитання «Як часто за останній місяць ви відчували впевненість у тому, що впораєтеся з власними проблемами?» 45,5% опитаних відповіли «часто» або «доволі часто», а «ніколи» чи «майже ніколи» – лише 4,5%.

Тому нормальним є, якщо ви чи ваші колеги-журналісти час від часу відчують пригніченість, роздратованість, тривогу або розгубленість, мають порушення сну чи труднощі з концентрацією й пам'яттю. Також природно відчувати відчуття безнадії у деякі дні під час війни. Водночас важливо стежити за тривалістю таких станів. Якщо симптоми депресії тривають понад два тижні, або симптоми тривожного розладу – понад шість місяців, або якщо вони суттєво впливають на повсякденне життя, це сигнал подумати про способи підтримки психічного здоров'я [49].

Отже, журналісти в умовах війни мають дотримуватись правил особистої безпеки під час роботи в зоні конфлікту. Медійники також мають уникати ризикованих дій, контролювати власне пересування та контакти з військовими і цивільними. Етичними стандартами воєнної журналістики є захист даних військових та цивільних осіб, обережність у публікації координатів, чисельності військ та кількості озброєння, а також відповідальне використання фото- та відеоматеріалів. Об'єктивність та достовірність інформації є важливими для перевірки фактів та джерел перед публікацією, а також відмови від спотворення інформації під впливом емоцій або пропаганди. В умовах воєнного конфлікту

журналіст має усвідомлювати вплив власної діяльності на психічне здоров'я, а також використовувати стратегії подолання стресу та професійного вигорання.

1.3. Інформаційні війни та пропаганда як основні проблеми розвитку глобального медіапростору

У сучасних умовах зростає вплив інформаційних потоків на політичні, економічні та соціальні процеси. Зокрема загострюються і проблеми інформаційних війн та пропаганди, що впливають на громадську думку, а також підвищують ризики маніпулювання масовою свідомістю.

Сучасні світові тенденції в комунікаціях дають якісно нові результати, яких раніше було неможливо досягти. Обсяг інформації, яку громадяни почали отримувати поза контролем своїх урядів, різко зріс. Інформація несе в собі як життєдайну, так і руйнівну силу. Однак її вплив значно зріс. Тому проблема інформаційної війни стає дедалі актуальнішою. Це новий тип війни, об'єктом якої є свідомість людей та їхній світогляд. Вона базується на здатності контролювати та маніпулювати свідомістю мас, підкорюючи індивідуальну волю. Найнебезпечніше те, що свідомість тих, хто перебуває під впливом інформації та психології, абсолютно не усвідомлює цього. Головне завдання інформаційного агресора – сформувати у людини сприятливий образ світу, неадекватне сприйняття реальності, що дає їй змогу підпорядкувати свою волю своїй волі, а потім, через мільйони таких підкорених осіб, підкорити цілу державу [76, с. 326].

Поняття «інформаційна війна» (англ. *information war*) означає цілеспрямоване використання, контроль і управління інформацією з метою отримання стратегічної переваги над противником. Відмінною рисою інформаційного протистояння є те, що воно виступає самостійним видом діяльності, спрямованої на маніпулювання інформаційними потоками.

Інформаційну війну часто помилково ототожнюють із кібервійною, основним завданням якої є досягнення домінування у кіберпросторі, а також із психологічною війною, що має на меті вплив на свідомість та емоційний стан

противника. Окрім цього, до суміжних понять належать радіоелектронна боротьба та мережева війна – форма ведення «бойових дій» із застосуванням мережевих технологій, які не обмежуються лише інтернет-середовищем, а включають ширший спектр технологій, характерних для нетократичного суспільства.

В умовах глобалізації інформаційні війни дедалі частіше використовуються у сфері міжнародних відносин. Це зумовлено прагненням економічно розвинених держав здобути контроль над глобальним інформаційним простором. Недарма поширеним є вислів: «Хто володіє інформацією, той володіє світом», який фактично відображає стратегію країн, залучених до інформаційного протистояння.

Ведення інформаційної війни передбачає не лише поширення позитивної або негативної інформації, а й збирання тактичних даних, захист власних інформаційних ресурсів, застосування пропаганди та дезінформації з метою деморалізації противника і населення, зниження якості інформаційного середовища опонента та блокування його можливостей отримувати достовірні відомості. У більшості випадків інформаційна війна реалізується комплексно – у поєднанні з кібернетичними, психологічними, радіоелектронними та мережевими методами впливу [59, с. 27].

На відміну від класичних видів озброєння, інформаційна зброя має переважно наступальну природу. Заходи, спрямовані на зменшення або нейтралізацію її впливу, належать до сфери захисту й пов'язані з забезпеченням власної інформаційної безпеки, тоді як будь-яке застосування інформаційних засобів у відповідь слід розглядати саме як наступальну дію. У сучасних умовах інформаційна зброя фактично є одним із найефективніших інструментів протиборства, здатним, з урахуванням науково-технічного розвитку, забезпечити перевагу одній зі сторін конфлікту.

Водночас використання сучасних зразків традиційної зброї в локальних або глобальних конфліктах несе загрозу масштабного знищення учасників протистояння або, щонайменше, спричинення незворотних втрат для системи

національної безпеки, економіки та інших ключових сфер життєдіяльності держав. У таких умовах наслідки навіть формальної перемоги можуть виявитися непридатними для практичного використання жодною зі сторін конфлікту. Використання інформаційної зброї зводиться до таких методів, як:

- вплив на окремі підрозділи інформаційної системи противника з метою завдання шкоди;
- знищення або пошкодження цінних активів противника, подолання систем оборони та кіберзахисту, впровадження вірусів, програмних міток та логічних бомб;
- вплив на інформаційні ресурси, інформаційні системи та системи управління з метою створення або зміни даних;
- перехоплення каналів розповсюдження інформації противника з метою поширення дезінформації та чуток;
- вплив на персонал інформаційно-телекомунікаційних систем з використанням програмних засобів для впровадження інформації у підсвідомість або для заподіяння шкоди здоров'ю людини;
- здійснення терористичних актів [66, с. 52].

Інформаційна війна як складна технологія соціального впливу та маніпуляції, що реалізується через засоби масової інформації, може розгортатися як у межах окремої держави (зокрема між політичними силами, ідеологічними чи релігійними спільнотами), так і на міжнародному рівні, відображаючи зіткнення інтересів різних країн. У глобальному інформаційному просторі міждержавна інформаційна війна виступає інструментом формування не локального, а світового медіаобразу реальності.

У цьому контексті технології інформаційної війни, які застосовуються медіа в глобальному середовищі, з одного боку, створюють цілісне уявлення про світ, а з іншого – водночас можуть слугувати засобом його деконструкції. Ключовим інструментом інформаційного протиборства є поширення дестабілізуючого контенту – інформації, що стимулює страх, песимізм, апатію,

недовіру до політичного керівництва, лідерів або державних інституцій. До основних прийомів реалізації цього методу належать:

- суб'єктивне тлумачення подій, зокрема шляхом подання власних злочинів як дій супротивника;
- апеляція до бінарного мислення, за якого події сприймаються виключно в позитивному або негативному ключі, що формує спрощену та зручну для маніпуляції модель свідомості;
- домінування неперевіраних або сумнівних висновків, які базуються на фрагментах псевдодостовірного медійного чи міфологізованого образу світу;
- створення узагальнень на основі поодиноких випадків із подальшим перенесенням окремих деталей на оцінку події загалом;
- навмисне перебільшення можливих наслідків описуваних подій [14, с. 16].

У повсякденній реальності сучасного людства медіапростір відіграє провідну роль, а також не лише безперервно фіксує соціальну реальність «тут і зараз», але й конструює її через свідомість людей. Медіапростір, як складне явище, має характерні структурні елементи: різні види медіа та суб'єктів, що в ньому діють. Основним ядром медіапростору є засоби масової інформації (телебачення, радіо, газети, журнали, кіно, онлайн-видання, соціальні мережі та інші канали масової комунікації) – вони становлять важливий канал комунікації в суспільстві, забезпечують поширення інформації серед широкої аудиторії, формують громадську думку та впливають на соціальні процеси. Процес конструювання медіапростору є складним, але вирішальним. Він залежить від культурного та соціального контексту, з якого він формується, а також від економічних та політичних чинників. Цікавою є специфічна структура медіапростору європейських країн, яка зазнала модифікацій залежно від внутрішніх та зовнішніх умов. Слід зазначити, що на цьому етапі європейська медіасистема розвинулася у «подвійну» форму – таку, що одночасно визначає співіснування державних та приватних медіа в рамках єдиної медіасистеми. Значну роль у розбудові європейського медіапростору відіграла BBC (визнана

лідером серед суспільних ЗМІ у світі), а також канал Euronews (який працює за принципами поваги до інформаційного суверенітету держав-членів ЄС та країн-партнерів, прагне зберегти незалежність від впливу політичних, економічних, релігійних та інших структур, а також керується принципом плюралізму поглядів) [48, с. 159].

Важливою проблемою у сучасному медіапросторі є також і пропаганда. Пропаганда відрізняється від звичайної комунікації та вільного обміну ідеями чи інформацією своєю навмисністю та акцентом на маніпуляції. Пропаганда має конкретну мету, яку потрібно досягти, навмисно підбирає факти, аргументи та символи та представляє їх для максимального ефекту. Щоб максимізувати ефект, вона може опускати або спотворювати важливі факти та відволікати аудиторію від інших джерел інформації.

Хоча слово «пропаганда» походить від латинського *propagatio*, що означає «я поширюю», сьогодні не зовсім доречно розділяти її на «хорошу» та «погану». Головним критерієм є мета, з якою інформація подається масовій аудиторії. Поширення перевірених фактів та подій задля інформування громадськості або популяризації здорового способу життя не слід вважати пропагандою. Справжня пропаганда завжди спрямована на прихований вплив на свідомість людей і нав'язування «потрібної» точки зору. Найпотужніший ефект пропаганди спостерігається в умовах тоталітарних або авторитарних режимів. Історичними прикладами є нацистська Німеччина, СРСР, а в сучасному контексті – політика поширення ідеї так званого «руського міра» [16, с. 154].

Наразі будь-яке повідомлення вважається пропагандою, якщо воно є хибним або спотворює сприйняття реальності. Слова та фрази, які часто використовуються як синоніми пропаганди, включають брехню, спотворення, обман, маніпуляцію, контроль над свідомістю, психологічну війну, промивання мізків та словоблудство. Іншими словами, поняття «пропаганда» служить своєрідним маркером, що кваліфікує повідомлення як інформаційно недосконалі. Тому терміни, які не несуть тих самих негативних конотацій, що й пропаганда, зараз використовуються для опису різних видів пропагандистської

практики. Терміни, що охоплюють явище пропаганди сьогодні, включають зв'язки з громадськістю, створення іміджу, спінінг, управління новинами та публічну дипломатію. Усі вони прагнуть вплинути на громадську думку в інтересах певних груп інтересів та визначити бажану поведінку мас [41, с. 328].

Пропаганда – це ідеологічно орієнтована діяльність партії, громадського об'єднання чи іншої організації, спрямована на формування певних позицій та ідей (світоглядів) серед певних соціальних груп. Пропаганда зазвичай поширюється через різні засоби масової інформації для досягнення бажаного результату. На відміну від об'єктивного подання інформації, пропаганда подає інформацію насамперед для впливу на свою аудиторію.

Пропаганда часто подає інформацію вибірково, щоб заохотити певні узагальнення, або використовує емоційно заряджені повідомлення, щоб викликати емоційну, а не раціональну, реакцію на представлену інформацію. Бажаним результатом є зміна ставлення до теми у цільовій аудиторії, щоб просувати таємні політичні плани. Пропаганда може бути використана як форма політичної конфронтації.

Пропаганда – це більш-менш систематична спроба маніпулювати переконаннями, ставленням чи діями інших людей за допомогою символів (слів, жестів, плакатів, пам'ятників, музики, одягу тощо). Розсудливість та відносно сильний акцент на маніпуляції відрізняють пропаганду від звичайної комунікації, яка полягає у вільному та легкому обміні ідеями. Пропагандист має конкретну мету, якої він прагне досягти, і навмисно підбирає факти, аргументи та символи, представляє їх для досягнення максимального ефекту. Щоб максимізувати вплив, він може опускати або спотворювати важливі факти та відволікати увагу аудиторії від інших джерел інформації [73, с. 120].

Пропаганду розглядають як самостійну складову системи політичних комунікацій. Вона слугує інструментом поширення певних ідеологічних позицій, підтримки вже наявних переконань або протидії альтернативним чи ворожим ідеологіям.

Залежно від характеру емоційного впливу на реципієнта розрізняють позитивну та негативну пропаганду. Перша виконує інформаційну, пояснювальну та переконливу функції, тоді як друга має компрометуючий характер і сприяє реалізації маніпулятивних механізмів.

За метою впливу виокремлюють такі види пропаганди:

1. Пропаганда створення – спрямована на переконання аудиторії у необхідності формування нових інститутів, суспільних моделей або процесів і заохочує до участі в них; водночас вона не завжди має позитивне забарвлення.

2. Пропаганда руйнування – формує уявлення про наявність ворога чи загрози, яка нібито діє проти спільноти; її не можна однозначно вважати негативною.

3. Пропаганда роз'єднання – сприяє виникненню ворожості між групами, зосереджує увагу на протиставленні «ми – вони»; позитивний ефект може мати лише в умовах локальних чи повномасштабних воєнних дій.

4. Пропаганда залякування – демонструє економічну або іншу силу держави з метою впливу на потенційного противника та водночас формує відповідні настрої у внутрішньої аудиторії.

5. Пропаганда відчаю – підкреслює безвихідне становище опонента, спонукаючи його до капітуляції; зазвичай не застосовується щодо власного населення.

6. Пропаганда героїзму – закликає до єдності навколо спільних цінностей, полегшує переживання складних обставин та демонструє зразки поведінки, на які слід орієнтуватися; здебільшого має позитивний характер.

7. Пропаганда просвітництва – виконує інформативну функцію, повідомляє суспільство про діяльність органів влади та популяризує певний спосіб життя; залежно від контексту може мати як позитивний, так і негативний вплив [12, с. 638].

Пропаганда має особливе значення в інформаційній війні, оскільки її ефективно створення та впровадження забезпечує перевагу над противником. Глобалізація вплинула на появу гібридної інформаційної війни, яка відкрила

можливість одночасного застосування різних форм ведення війни, як-от протистояння в кіберпросторі та економічні санкції. Саме розвиток процесів глобалізації створює сприятливі умови для ведення гібридної війни, що відповідає таким характерним рисам, як мультимодальність, коли війна ведеться з використанням різноманітних засобів тиску: від інформаційного, економічного та політичного до психологічного та іншого впливу на ворога. Можуть використовуватися й інші інструменти, наприклад, дезінформація, дезорієнтація, застосування економічних блокад, підрив авторитету владних структур тощо. Інформаційна війна тісно пов'язана як з пропагандою, так і з контрпропагандою. У цьому випадку їх ефект полягає у впливі на свідомість громадян інформаційно-психологічними засобами. Кінцева мета – зміна світогляду, систем цінностей та моделей поведінки, нав'язування чужої культури [24, с. 978].

Пропаганда, яка традиційно розглядається як систематичний вплив на суспільну свідомість або громадську думку для досягнення певних цілей, знайшла нові форми у цифровому медіапросторі. Соціальні мережі, блоги та новинні платформи дозволяють швидко поширювати інформацію та адаптувати її під конкретного користувача. Завдяки сучасним алгоритмам контент може підкріплювати вже існуючі переконання або тонко формувати політичні погляди аудиторії без прецедентів у минулому.

Сила цифрової пропаганди полягає у поєднанні широкого охоплення та персоналізації. Соціальні мережі, використовуючи детальну інформацію про користувачів, дають можливість пропагандистам точно націлювати повідомлення на конкретні демографічні групи. Наприклад, під час політичних кампаній певні партії або організації можуть поширювати контент, який максимально співвідноситься з цінностями, проблемами та інтересами обраних сегментів населення, збільшує ефективність впливу та залучення нових учасників.

Соціальні платформи суттєво змінили політичну комунікацію, дозволили користувачам миттєво обговорювати та поширювати ідеї у режимі реального часу. Соціальна мережа дає змогу швидко ділитися політичним контентом,

долати традиційні бар'єри для дискусій та стимулювати активну взаємодію між учасниками. Водночас такі платформи створюють сприятливе середовище для розповсюдження дезінформації та маніпуляцій, що може негативно впливати на демократичні процеси. Алгоритми, що оптимізують поширення контенту та взаємодію користувачів, часто посилюють існуючі упередження, обмежують доступ до альтернативних поглядів і формують «інформаційні бульбашки», де переважають вже сформовані переконання, а критичне сприйняття подій стає обмеженим. Наслідком цього може бути загострення політичної поляризації та ослаблення демократичних інституцій [56, с. 80].

Таким чином, інформація є стратегічним ресурсом та інструментом впливу на політичні, соціальні та культурні процеси. Інформаційні війни доповнюють або заміняють традиційні військові дії, а також спрямовують всі зусилля сторін на маніпуляцію свідомістю, деморалізацію противника та формування потрібних наративів. Пропаганда використовується для поширення нав'язаної ідеології, формування штучних цінностей та моделей поведінки. Пропаганда може мати як позитивні, так і негативні наслідки залежно від цілей та напряму використання.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ПОДІЙ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ У МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРИ США

2.1. Огляд основних наративів та фреймів американських медіа у репрезентації подій російсько-української війни

Американські медіа сьогодні є одним із ключових джерел для формування міжнародної громадської думки про російсько-українську війну. США займає важливе місце у міжнародному інформаційному просторі, а також впливає на політичні рішення, суспільні настрої та міжнародну підтримку України.

У соціальних науках наратив розглядається як соціальна реальність, яка допомагає людям зрозуміти життєві ситуації. Психологічний процес залучення аудиторії до історії допомагає їм краще зрозуміти спільний досвід, а люди, які поділяють схожі погляди, утворюють риторичну спільноту, об'єднану спільною метою, мотивацією та діями. Наратив розглядається не лише як форма художнього мислення, але й у ширшому сенсі, наприклад, як історичний наратив або журналістський наратив. Вчені стверджують, що наративна форма в журналістиці є всеохоплюючою. Журналісти – це оповідачі, які конструюють персонажів, обстановку та конфлікт. Саме журналісти, інші джерела, особи, зацікавлені темою, або газета/журнал беруть на себе ролі персонажів. Історія, яку вони розповідають, становить конфлікт (дію), тоді як часові рамки та обстановка складають обстановку. Як і в літературі, новини в журналістиці навчають аудиторію правилам соціальної поведінки [6, с. 137-138].

Ефект фреймінгу являє собою когнітивне упередження, коли реакція людей на певний вибір або інформацію змінюється залежно від того, як вона представлена, з позитивними чи негативними конотаціями. Це спотворення стосується форми подачі, а не змісту інформації, і впливає на сприйняття повідомлень аудиторією. Найчастіше фрейми застосовуються у контексті того, як засоби масової інформації або новинні видання подають інформацію. Вони формують так званий порядок денний другого рівня: не лише визначають, про

що думати (теорія порядку денного другого рівня), але й підказують, як саме мислити про ці питання (теорія фреймінгу другого рівня).

Засновником теорії фреймінгу вважають канадсько-американського соціолога Ервіна Гоффмана, який досліджував особисте спілкування та соціальні ритуали, заклавши основи концепції фреймінгу. Він підкреслював, що сприйняття подій людиною обмежене певними рамками, які він назвав первинними фреймами. Ці рамки формують громадську думку, виправлення якої є складним.

За Гоффманом, концептуальні фрейми – це способи організації досвіду, які структурують індивідуальне сприйняття соціальної реальності. Практика фреймінгу полягає в конструюванні соціального явища через медіа, політичні або соціальні рухи та лідерів. Можна уявити фрейм як аркуш, накладений на інформаційне поле, на якому відображаються лише певні факти з конкретним емоційним забарвленням, залишаючи поза увагою інші деталі [15, с. 5].

Американська індустрія медіа та розваг (M&E) є найбільшою у світі. З обсягом у 649 мільярдів доларів вона становить 23 % світової індустрії M&E та включає кінофільми, телевізійні програми та рекламу, потоковий контент, музичні та аудіозаписи, мовлення, радіо, книговидавництво, відеоігри та допоміжні послуги та продукти. У 2023 році прямі іноземні інвестиції становили 35,2 мільярда доларів у кіно- та звукозаписну індустрію та 8,9 мільярда доларів у радіо- та кабельне мовлення. Іноземні підприємства в кіно- та звукозаписній індустрії США у 2022 році найняли 34 500 працівників [96].

Згідно із даними рейтингу SCImago Media Rankings, провідними медіа у Сполучених Штатах Америки є наступні (таб. 2.1).

Таблиця 2.1

Рейтинг медіа у США за результатами SCImago Media Rankings

Rank	Brand	Domain	Overall +	Content	Country	Language
1	The New York Times	nytimes.com	89.00	General	United States	English
2	BBC	bbc.com	87.00	General	United Kingdom	English
3	The Guardian	theguardian.com	86.75	General	United Kingdom	English

4	Fox News	foxnews.com	84.50	General	United States	English
5	Reuters	reuters.com	84.00	General	United Kingdom	English
6	El Pais	elpais.com	83.25	General	Spain	Spanish
7	ESPN	espn.com	82.75	Sports	United States	English
8	NPR	npr.org	82.25	General	United States	English
9	Forbes	forbes.com	81.25	Finance	United States	English
10	Time Magazine	time.com	81.00	General	United States	English

Джерело: [88].

Одним із наративів, який американський медіа активно транслюють у своєму інформаційному просторі, є висвітлення російсько-української війни як події, яка стосується національної безпеки США та їх союзників. У таких повідомленнях американці звертають увагу на важливість підтримки демократії, захист міжнародного права, запобігання агресії зі сторони авторитарних держав у глобальному світі. Прикладом є публікація про те, що США повинні підтримувати Україну, аби стримувати російську агресію і не допускати подібних дій щодо інших країн. У статті також підкреслено роль Америки як світового гаранта безпеки, що також можна підкріпити цитатою Володимира Зеленського, яку він висловив в інтерв'ю групі європейських журналістів у Парижі напередодні зустрічі європейських лідерів у березні 2025 року: «Вони висувають американській стороні умови щодо санкцій. Якщо Америка буде сильною... ми стоїмо на своїй землі та захищаємося» [98]. Основною метою створення таких наративів російсько-української війни є зміцнення образу США як глобального захисника порядку і свободи, що впливає також і на громадську підтримку зовнішньої політики.

Ще одним наративом, який активно побутує в американських медіа, є подання війни як рішучої агресії Росії проти суверенної України та як загрози цієї агресії для стабільної демократії та європейської безпеки загалом. Основними компонентами такого наративу є драматизація дій Росії, детальний опис воєнних злочинів, а також актуалізація моральної неправоти агресора. Наприклад, CBS News повідомляє про російські ракетні удари по місту Суми, в результаті яких загинули десятки мирних людей під час святкування Вербної неділі [94]. У цій публікації американські журналісти підкреслюють удар по

мирному об'єкту, що сприймається як порушення міжнародного гуманітарного права та воєнний злочин. Журналісти також згадують про необхідність посилення санкцій, підтримку України та засуджують російські атаки. Зазначені публікації підсилюють тиск на дипломатичні та санкційні рішення у США, що стосуються російської агресії.

Важливим наративом у американському медіапросторі є також і висвітлення війни на основі репрезентації страждань цивільного населення, біженців та необхідності надання Україні гуманітарної допомоги. У публікаціях такого типу висвітлено історії сімей, дітей, жінок, які потерпають через війну, а також репортажі українських журналістів про руйнування домівок, шкіл та лікарень. Зокрема 24 дитини, яким організація «Save Ukraine» допомогла повернутися до України з Росії та тимчасово окупованих територій, стали учасниками фотопроєкту The New York Times «Викрадені діти України». 15-річна Євгенія Кондратьєва, 12-річний Сергій Колдін та інші діти, викрадені росіянами, розповіли свої жахливі історії про російський «полон» та своє звільнення з нього. «Я думаю, що всі діти, яких забрали, пам'ятатимуть це все своє життя», – сказав 18-річний Денис Бережний журналістам NYT у рамках цього проєкту [95].

У американських медіа російсько-українська війна також часто трактується як частина більш широкого глобального протистояння, де зіткнення стосується не лише України та Росії, а й Європи, НАТО та міжнародної безпеки. У таких публікаціях знаходимо дискусії про вплив конфлікту на відносини між США, ЄС та Китаєм, санкції, розширення НАТО, а також зміну світового геополітичного порядку. У публікації The Guardian знаходимо аналіз позицій адміністрації Байдена щодо конфліктів в Ізраїлі та Україні [101]. Журналісти підкреслюють, що боротьба за підтримку України – це водночас і боротьба за збереження західного порядку, а також висвітлюють можливий вплив американської політики на відносини з іншими державами, зокрема критикують американські подвійні стандарти у зовнішній політиці.

Наратив героїзації у американських медіа звертає увагу на подвиги героїв війни. У публікаціях з таким наративом можемо побачити історії про захисників, волонтерів, лідерів думок, а також використання термінів, які підсилюють образ окремих людей як героїв та захисників. Наприклад, у одній із публікацій The New York Times подано історії американських добровольців, які стали на захист нашої держави у 2022 році. Як зазначено у статті, незалежні оцінки кількості американців, які стали добровольцями з 2022 року, сильно варіювалися, від понад 1000 до кількох тисяч [85].

Аналіз основних фреймів американських медіа, що стосуються російсько-української війни, подано у таб. 2.2.

Таблиця 2.2

Аналіз основних фреймів американських медіа, що стосуються російсько-української війни

Фрейм	Зміст фрейму	Приклади публікацій / джерела	Функція у медіа
Боротьба за демократію та свободу	Висвітлення війни як протистояння демократії та авторитаризму	Британський міністр Стармер каже, що Європа сильна та єдина у підтримці України [99].	Формування морального та політичного обґрунтування підтримки України
Жертви та агресор	Війна через призму постраждалих цивільних та агресивних дій РФ	Внаслідок авіаудару російської авіації по селу на сході України загинуло 24 пенсіонери [92].	Викликає емоційне співпереживання та мобілізує підтримку
Міжнародна солідарність	Акцент на підтримці України союзниками та США	США відмовляються звинувачувати Росію у війні в Україні, що є надзвичайним розривом з союзниками [100].	Підкреслює роль США та союзників як глобальних захисників міжнародного порядку
Загроза світовому порядку	Висвітлення війни як геополітичної проблеми	Чи зростає ризик ядерної ескалації між Росією та Заходом? [89].	Формує розуміння стратегічної важливості війни для глобальної політики

Економічні наслідки війни	Вплив конфлікту на економіку та ринок	Ціна війни: нова стратегія України впливає на ціни на газ [91]	Інформує про матеріальні та економічні фактори війни, підсилює політичні аргументи
---------------------------	---------------------------------------	--	--

Джерело: сформовано автором на основі контент-аналізу публікацій американських медіа

Можна підсумувати, що американські медіа репрезентують російсько-українську війну переважно крізь призму демократичних цінностей, а також протиставляють Україну як суверенну демократичну державу авторитарній та агресивній політиці Російської Федерації. У матеріалах провідних американських ЗМІ знаходимо фіксацію наративу відповідальності Росії за початок та продовження війни. Проте американські медіа не обмежуються поданням України виключно як жертви війни, а й активно звертають увагу на формування її образу як суб'єкта опору, який здатний до військового спротиву та дипломатичної взаємодії з міжнародними партнерами. На основі контент-аналізу ми з'ясували, що російсько-українська війна часто подається як частина глобального протистояння між демократичним світом та авторитарними режимами. Саме такий фрейм легітимізує підтримку України з боку США та їх союзників у політичному та військовому напрямках.

2.2. Образ України та РФ у медійному дискурсі США

Аналіз медійних образів України та Російської Федерації в американських медіа є важливим з огляду на те, що вплив США на міжнародну політику, громадську думку та формування глобальних наративів є досить вагомим у сучасному інформаційному просторі. Американські медіа є ключовим інструментом формування уявлень про події російсько-української війни серед міжнародної аудиторії.

Образ держави виконує важливі функції, що впливають на внутрішні процеси суспільства та зовнішню політику, серед яких можна виділити такі основні функції, що є взаємопов'язаними та взаємозалежними: 1) інформаційна

(презентаційна) – представляє державу, соціальні цінності та спосіб життя в ній; 2) ідентифікаційна – визначає ключову інформацію (повідомлення) про державу, забезпечує впізнаваність та допомагає виділити її серед інших. Ця функція формує основу для формування позитивного іміджу держави; 3) комунікаційна функція «посередника» в комунікації у світовому інформаційному просторі та в суспільстві; 4) символізація та ідеалізація – забезпечує сприятливе сприйняття іміджу держави шляхом проектування об'єктивної та суб'єктивної реальності відповідно до принципів уяви; 5) інтеграційна, в якій імідж є фактором консолідації суспільства; 6) мотиваційна – впливає на стратегію прийняття зовнішньополітичних рішень та зовнішньополітичних дій; 7) статусно-репутаційна – передбачає формування статусу держави на міжнародній арені, опосередковує та зміцнює її репутацію; 8) захисна – визначає здатність та потенціал держави здійснювати суверенітет і стає важливим інструментом в інформаційній війні [77, с. 22].

Геополітичний образ розглядається як особливий підвид географічного образу, який визначають як сукупність уявлень про географічний простір, що формуються внаслідок діяльності людей, пов'язаної з різними типами простору – політико-географічним, культурно-географічним, соціально-географічним або економіко-географічним. Ці уявлення функціонують як узгоджені моделі певного типу простору, створені для ефективного досягнення конкретних цілей.

Розуміння методів побудови таких моделей є важливим, оскільки воно дозволяє оперувати не лише реальними географічними об'єктами чи їх поняттями, а й самими географічними образами. Відокремлені від реальних прототипів, ці образи існують самостійно, накладаючись на фізико-географічний простір численними «шаруватими» структурами, що відрізняються за походженням, організацією, функціональними принципами та спеціалізацією.

У межах певних політичних, фізичних і соціально-економічних рамок формується складна база даних геополітичних уявлень, яка включає неоднорідні, а часом і суперечливі уявлення місцевого населення, військових, політичних та державних структур. Разом вони створюють комплексну систему політико-

географічних образів, яка динамічно реагує на зовнішні впливи, змінює власну конфігурацію та структуру.

Отже, реалізація влади нині можлива лише через низку конкретних наративно-фігуративних географічних стратегій, які базуються, з одного боку, на рівні розвитку географічних уявлень про певний простір, а з іншого – на політико-ідеологічній спрямованості різноманітних дій (військових, політичних, економічних, культурних), що здійснюються у цьому просторі зацікавленими сторонами або державами [9, с. 308].

У висвітленні російсько-української війни американські медіа послідовно репрезентують Україну як жертву російської агресії, що стало одним із найбільш поширених наративів у інформаційному просторі США. Зазначений наратив підкреслює безпідставність і масштабність військового вторгнення Росії, гуманітарні страждання цивільного населення та необхідність міжнародної підтримки України. Передусім, міжнародні агенції новин, наприклад, Reuters, у своїх повідомленнях регулярно вживають формулювання, які створюють чітку причинно-наслідкову конструкцію: «війна почалася внаслідок повномасштабного вторгнення Росії». У заголовках і текстах таких публікацій часто знаходимо повтори, що Україна стала «жертвою нападу», а військові дії РФ спричинили численні втрати серед цивільного населення та руйнування інфраструктури, як у публікації про удари по житлових районах і поранення мирних жителів у Запорізькій області [93].

Образ України як жертви також підтримується за допомогою детальної документалізації наслідків російських атак, зокрема ударів по цивільних об'єктах, які призводять до загибелі і поранення мирних людей, руйнування житла, шкіл і лікарень. У репортажах американських та міжнародних медіа такі факти наводяться майже щодня, що підсилює враження про тривалі і безжальні наслідки військового вторгнення [81]. Американські медіа також привертають увагу до відповідальності Росії за воєнні злочини та порушення прав людини, публікують дані про жертви серед мирного населення, удари по цивільній інфраструктурі, знищення житла, а також численні гуманітарні наслідки.

Поряд із наративом України як жертви російської агресії американські медіа активно формують також інший ключовий образ України як держави спротиву та боротьби, здатної протистояти значно сильнішому у військовому сенсі противнику. У цьому напрямі війна подається не лише як трагедія, а й як приклад організованого, системного та морального опору.

Американські ЗМІ наголошують на швидкій мобілізації українського суспільства після початку повномасштабного вторгнення Росії. У матеріалах Reuters неодноразово підкреслюється, що спротив України має не лише військовий, а й суспільний характер: цивільне населення, волонтерські рухи, місцева влада та збройні сили діють як єдиний механізм [80]. Таким чином формується образ України як нації, що чинить усвідомлений і колективний опір.

Важливим елементом цього наративу є репрезентація Збройних сил України. Американські медіа часто зосереджують увагу на тактичній гнучкості, інноваційності та високому моральному духу українських військових. ЗСУ постають не як пасивна оборонна структура, а як ефективна армія, здатна не лише стримувати, а й відтіснити агресора. Наприклад, у 2023 році NYT зазначали, що Україна досягла «тактично значного» прогресу у своєму контрнаступі [97].

Особливу роль у формуванні образу держави спротиву відіграє постать політичного керівництва України, насамперед президента Володимира Зеленського. Американські медіа часто цитують його промови як символ політичної стійкості та національного лідерства. Зокрема у публікації Time «Inside Volodymyr Zelensky's World» описано, як у перші дні повномасштабного вторгнення російських військ Зеленського закликали евакуюватись, але він відмовився, обравши боротьбу і присутність поруч із народом [87].

Крім того, американські медіа регулярно висвітлюють успіхи України на міжнародній арені, представляють її як активного суб'єкта глобальної політики. Дипломатичні зусилля Києва, звернення до Конгресу США, парламентів європейських країн та міжнародних організацій подаються як складова загальної

стратегії спротиву. Саме тому боротьба України виходить за межі поля бою та набуває політичного, інформаційного й морального виміру.

Що ж до образу Росії, то варто підкреслити, що у репрезентації російсько-української війни американські медіа постійно посиляються на Росію як «ініціатора» і головного агресора конфлікту, що формує образ РФ як держави, що безпідставно порушила суверенітет сусідньої країни та веде довготривалу військову кампанію з елементами окупації. Наратив Росії як агресора є одним із найбільш поширених в публікаціях провідних світових інформаційних агенцій, зокрема і Reuters

У повідомленнях агентства Reuters, яке має значний вплив на американську журналістику і часто використовується іншими ЗМІ як першоджерело, фігурують численні репортажі про масштабні наступальні операції російських військ, що підкреслюють агресивний характер дій Москви. Так, у репортажі з Донбасу повідомляється, що російські сили вели масований механізований наступ у Покровську, використовували десятки бойових машин для просування та оточення українських позицій. Російський наступ репрезентується не як випадковий бій, а як цілеспрямована кампанія зі спробою захоплення стратегічно важливих територій у рамках продовження війни [82].

Крім військових операцій, американські ЗМІ часто висвітлюють повітряні удари та атаки, що призводять до руйнувань і жертв серед мирного населення. Наприклад, Reuters зафіксувало випадок, коли Росія здійснила наймасштабніший авіаудар за всю війну, що спричинило загибель цивільних у різних містах України та руйнування житлових будинків. Атаки росіян у публікації описувалися як «жорстокі» та такі, що порушують норми міжнародного права, що підсилює образ Росії як агресора [86].

Росія в американських медіа позиціонується не як сторона конфлікту, а як ініціатор агресії, від якого залежить продовження військових дій і ескалація насильства. Водночас українські та міжнародні джерела цитують позиції українського керівництва, яке наполягає на тому, що Росію потрібно притягнути

до відповідальності за «злочин агресії» на міжнародному рівні, зокрема в Гаазі [102].

У висвітленні російсько-української війни американські медіа не лише показують Росію як агресора, але й часто персоніфікують державу за допомогою образу її лідера – Володимира Путіна та символів режиму. Висвітлення конкретного образу створює чіткий наратив: Росія, яку очолює Путін, є винуватцем війни та агресором.

У матеріалах The New York Times основна увага зосереджена на особистій відповідальності Путіна за масштабні руйнування і страждання цивільного населення. Наприклад, у публікації Reuters повідомляється, що російський президент Володимир Путін висунув жорсткі умови для припинення війни, які передбачають капітуляцію України, зокрема повну відмову від антикризових прагнень НАТО, здачу контролю над Донбасом та іншими регіонами, скасування санкцій тощо. Як зазначає видання, така вимога ставить Київ у нерівноправне становище та підкреслює агресивні та максималістські цілі російського керівництва [90].

У одному із репортажів CNN зазначено, що Путін висунув умови, які українські чиновники одразу охарактеризували як шахрайські та неприйнятні. Згадані формулювання підсилюють відчуття, що позиція Кремля є агресивною та не спрямованою на справжній мир, а виключно на примус. Виступаючи на саміті «Великої сімки» в Італії у 2024 році, Зеленський провів паралелі між тактикою Путіна та тактикою, яку використовував нацистський лідер Адольф Гітлер для завоювання великих територій Європи у 1930-х та 40-х роках. «Він говорить про регіони нашої країни і каже, що не зупиниться», – сказав Зеленський в інтерв'ю Sky Tg24, партнеру CNN. «Це те саме, що робив Гітлер, коли сказав: «Дайте мені частину Чехословаччини, і на цьому все». Цьому не можна довіряти», – сказав Зеленський, маючи на увазі анексію Гітлером Судетської області та невдалу політику «умиротворення» західних країн.

«Ось чому ми не повинні довіряти цим повідомленням, бо Путін дотримується того ж курсу», – попередив Зеленський. Радник президента

України Михайло Подоляк закликав союзників Києва «позбутися ілюзій» та перестати сприймати пропозиції Росії серйозно, назвавши умови Путіна «образливими для здорового глузду». «У цьому немає нічого нового, немає реальних мирних пропозицій і немає бажання припинити війну. Але є бажання не платити за цю війну та продовжувати її в нових форматах. Це все повний обман», – сказав Подоляк. Як зазначило видання, промова Путіна пролунала напередодні Швейцарської мирної конференції, в якій візьмуть участь майже 100 країн та організацій. Він назвав конференцію «черговим трюком, щоб відвернути увагу всіх» [79].

У низці матеріалів та заяв Путін продовжує демонструвати, що для нього війна – це не лише військовий конфлікт, а частина ідеологічної політики Москви, яку він очолює особисто. Часті висловлювання про «вигідні умови миру», «розширення повітряного простору чи контролю» або вимоги щодо територій чітко демонструють, що рішення про війну напряму пов'язано з позицією саме Путіна як лідера режиму. Наприклад, Путін не лише визначає умови перемир'я, але і неодноразово виступав проти миру без капітуляції України, що підсилює образ російського президента як активного ініціатора та продовжувача агресії. Подібну оцінку також прослідковуємо і у публікаціях Reuters, які описують позицію російського керівництва як відмову від реального миру та бажання продовжувати війну, якщо умови не будуть прийнятними для Москви [84].

Можна зробити висновок, що американські медіа постійно підкреслюють роль Росії як агресора та України як держави, яка зазнала нападу. Репрезентація образів України та Росії включає цивільні втрати, руйнування інфраструктури та гуманітарну кризу, яка була спричинена війною. Україна у американських публікаціях постає як держава спротиву, що на фоні війни змогла об'єднати українське суспільство та сформувати спільний фронт. РФ у американських медіа є ініціатором війни, порушником міжнародного права та державою, яка становить загрозу міжнародній безпеці. Образ Росії формується на основі її конкретного лідера, тобто Володимира Путіна, та політичних рішень Кремля, що лише підсилює негативне сприйняття РФ у міжнародному просторі.

2.3. Вплив політичних лідерів США на висвітлення подій російсько-української війни

Позиції президентів, держсекретарів та інших високопосадовців США мають вагомий вплив на те, як американські медіа висвітлюють війну. Висловлювання політиків формують сюжетні наративи у новинних агенціях США, а позиції адміністрації Америки впливають на концепції безпеки, демократії та підтримки України.

Анексія Криму та конфлікт на Донбасі стали серйозним викликом для адміністрації Барака Обами, яка до того часу намагалася підтримувати співпрацю з Росією. Відповідь США на захоплення Криму була обмеженою: запроваджено незначний пакет санкцій проти 30 російських політиків та бізнесменів, що включав заборону на в'їзд до США та блокування активів, а також санкції щодо кримських компаній і місцевих діячів. Ці кроки мали на меті стримати Росію від подальшої агресії, не порушуючи при цьому робочі відносини між країнами.

Після початку бойових дій на Донбасі та збиття літака Boeing-777 США відійшли від політики умиротворення. У відповідь адміністрація Обами запровадила більш жорсткі санкції проти фінансового, енергетичного та оборонного секторів Росії, обмежила доступ деяких російських державних компаній до західного фінансування та технологій і надала Україні військову допомогу на суму 350 мільйонів доларів. У 2015–2016 роках санкції продовжували розширюватися, а США надали Україні військове обладнання та підготовку військових на суму 266 млн доларів.

Проте відмова адміністрації від постачання летальної зброї та обмежений обсяг допомоги свідчать про те, що політика Обами була спрямована передусім на стримування Росії, а не на активну підтримку України. Незважаючи на це, з 2014 року рівень співпраці США та України досяг історично високого рівня [37, с. 136].

Президент США Барак Обама на одному із своїх виступів у 2014 році засудив вторгнення Росії в Україну, а також підкреслив, що світ легко може побачити присутність російських військ на українській території. Водночас він виключив застосування військової сили США для вирішення конфлікту. «Росія систематично порушує суверенітет і територіальну цілісність України. Нові кадри з російськими військами в Україні демонструють це всьому світу», – зазначив Обама та додав, що вторгнення матиме серйозні наслідки для Росії [20].

«Фактично, від початку війни в 2014 році Сполучені Штати не надавали Україні стільки підтримки, скільки вона потребувала. Я сама перебувала в адміністрації Обами і виступала за більш активну допомогу. Україна ніколи не отримувала всього необхідного, тому це було б продовженням нинішньої, хоч і неофіційної, політики США», – зазначила колишня посадовиця Міністерства оборони США в адміністрації 44-го президента Барака Обами, а нині директорка Інституту Маккейна докторка Евелін Фаркас в інтерв'ю Радіо Свобода під час конференції GLOBSEC у Празі 12–14 червня 2025 року [74].

Обрання Джо Байдена сорок шостим президентом США загалом стало позитивним сигналом для стратегічних відносин між Америкою та Європою, а також для українсько-американського партнерства. Зникла загроза виходу США з НАТО та «віддалення» від Європи, оскільки адміністрація Байдена дотримувалася принципу нероздільності безпеки США та Європи та визнавала роль України у забезпеченні європейської стабільності на тлі агресивної політики Російської Федерації. Підтримка активного діалогу між Україною та США, навіть на найвищому рівні, мала ключове значення.

Водночас США були традиційно схильні до компромісів, що продемонстрував приклад із газопроводом «Північний потік-2», який з одного боку міг загрожувати енергетичній безпеці ЄС та України, а з іншого – був вигідним для Росії та Німеччини. У цій ситуації український уряд дотримувався чіткої, збалансованої та узгодженої політики у двосторонніх відносинах зі США, враховуючи специфіку зовнішньополітичної доктрини президента Байдена та

розуміючи ключові пріоритети й завдання американської адміністрації [61, с. 69].

Джо Байден протягом восьми років був віцепрезидентом США в адміністрації Барака Обами і активно займався питаннями України, відвідав Київ шість разів. Він жартував, що спілкувався з тодішнім президентом Петром Порошенком частіше, ніж зі своєю дружиною Джил. Байден ухвалював рішення, керуючись державними інтересами, а не власними. Колишній віце-прем'єр з інфраструктури Володимир Омелян відзначав, що Байден є «найкращим віцепрезидентом і одним із найбільш підготовлених до посади президента». За словами В. Омеляна, його принцип «терпляче чекай і йди вперед, доки не досягнеш мети» був адаптований у реальному житті, і це навчало політика рішуче діяти у потрібний момент.

Байден користується великою симпатією українців. На його останній день народження колишній прем'єр Арсеній Яценюк зазначив: «Серед світових лідерів важко знайти того, хто зробив би більше для України, ніж Президент Джо Байден». Спочатку, коли Байден тільки став американським президентом, він обережно ставився до українського напрямку зовнішньої політики, ймовірно, через критику діяльності його сина Гантера в українській енергетичній компанії «Бурісма», проте він і його команда запевняли, що нічого незаконного в цій справі не було. Щодо війни, то Байден заздалегідь попереджав Зеленського, що напад Росії на Україну – це лише питання часу, що підтвердилося 24 лютого 2022 року. Він неодноразово підкреслював: «Росія не переможе. Україна переможе і залишиться вільною та незалежною» [67].

У підсумку, Україна змогла стримати наступ Росії значною мірою завдяки підтримці США під керівництвом президента Джо Байдена. Водночас той факт, що Україна ще не здобула повної перемоги і зараз перебуває у складній ситуації, також пов'язаний із діями Америки та рішучістю Байдена. Американська військова допомога була значною, проте не повністю відповідала запитам України і часто надходила із затримкою. Наприклад, поставка, яка мала надійти до жовтня 2024 року, була виконана лише на 10%, тобто 90% обіцяного так і не

доставлено. Ба більше, Байден обмежив використання навіть тієї зброї, яка була поставлена. Існує ще один малопомітний, але важливий фактор: ВВП Росії продовжує зростати, незважаючи на санкції США, а частина російської зброї містить американські компоненти. Хоча існують санкції проти Росії, їхній контроль надзвичайно слабкий, і зараз американські технології використовуються у військових діях проти українських військових і цивільних. Нарешті, у НАТО 32 країни-члени, і провідну роль серед них відіграють Сполучені Штати. Через деякі рішення Байдена Україна опинилася в певній міжнародній ізоляції [29].

Під час передвиборчої кампанії 2024 року Дональд Трамп неодноразово обіцяв швидко завершити війну між Росією та Україною, а також стверджував, що зможе забезпечити мир «протягом 24 годин» після вступу на посаду. Він наголошував на своєму нібито особливому рівні довіри з боку обох лідерів – Володимира Путіна та Володимира Зеленського, що, на його думку, робило його ефективним посередником.

Після повернення до Білого дому в січні 2025 року Трамп пом'якшив риторику і визнав, що мирне врегулювання може виявитися складнішим, ніж він передбачав. Він пояснив, що попередні заяви були «фігуральними» та «жартівливими», аби підкреслити важливість швидкого вирішення конфлікту. У лютому 2025 року його адміністрація представила план припинення війни, розроблений радниками, зокрема і колишнім генералом Кітом Келлогом. План передбачав припинення вогню вздовж існуючої лінії фронту, продовження постачання зброї Україні за умови її участі в мирних переговорах та посилення тиску на Росію у разі відмови від переговорів. Також документ передбачав відтермінування вступу України до НАТО та збереження фактичного контролю Росії над окупованими територіями без офіційного визнання анексії.

Хоча план Трампа пропонував шлях до миру, він містив в собі ризик стимулювання подальшої агресії Росії, що могло призвести до зростання нестабільності в регіоні. Загалом передвиборчі обіцянки про швидке завершення війни трансформувалися у більш комплексний підхід, який поєднує

дипломатичні зусилля, економічний тиск на Росію та умови для України, що викликають занепокоєння у союзників США та українського керівництва [65, с. 22-23].

Адміністрація президента США Джо Байдена раніше прагнула дипломатичної ізоляції Росії та наголошувала, що будь-які переговори щодо майбутнього України мають відбуватися за участю української сторони. Новообраний президент Дональд Трамп відмовився від цього підходу. 12 лютого 2025 року Вашингтон зробив перший крок до ослаблення санкційного тиску на РФ та повідомив про «сердечну» телефонну розмову між Трампом і Путіним. Президент США заявив про бажання «укласти угоду» для «припинення безглуздої війни» в Україні, і лише після цього повідомив про це президента України Володимира Зеленського. Таким чином, Трамп різко змінив політику, заявивши про намір вести переговори з Москвою без участі Києва та європейських партнерів, що стало першою тактичною перемогою Путіна у дипломатичній війні із Заходом [11].

До свого повернення у Білий дім Дональд Трамп неодноразово обіцяв швидко завершити війну між Росією та Україною, мовляв, за 24 години. Це була одна з його ключових передвиборчих обіцянок, одна з небагатьох воєнних тем, про які він згадував під час кампанії, разом із конфліктом у Газі. Проте як попереджали співробітники попередньої адміністрації та його конкурентка на виборах віцепрезидентка Камала Гарріс, реальність виявилася значно складнішою.

Вже після вступу на посаду Трамп відмовився від політики дипломатичної ізоляції Москви, відновив пряме спілкування на рівні президентів і фактично почав тиснути на Україну як на слабшу сторону, щоб якнайшвидше завершити конфлікт на умовах, не вигідних Києву. Апогеєм стала зустріч Володимира Зеленського в Овальному кабінеті 28 лютого, коли Трамп заявив українському президенту, що «у нього немає карт». На запитання BBC News Україна про можливі порушення перемир'я Путіним американський президент відповів: «А що як вам на голову просто зараз впаде бомба?»

Найяскравіше зміна ролі США та її президента проявилася в тому, як відновлювалися відносини з РФ на фоні війни проти України – найбільшої та найкривавішої в Європі після Другої світової. У цьому балансі «пиріг» діставався Росії, а «батіг» – Україні.

Червона доріжка та овації для Путіна на Алясці показали світу, що найбільша економіка та військова сила планети готові влаштувати почесні для президента РФ, оголошеного у міжнародний розшук за воєнні злочини, і при цьому нічого не отримати натомість – прориву в Анкориджі не відбулося.

Попри те, що російська армія вже четвертий рік поспіль не може захопити український Донбас, Путіну вдалося на Алясці виставити ультимативні умови для України, зокрема вимогу виведення українських військ із незахоплених Росією частин Донбасу. Як згодом виявилось, Вашингтон прийняв ці умови і продовжує місяцями тиснути на Київ, змушуючи відмовитися від територій [45].

Глава адміністрації Білого дому Сьюзі Вейлз заявила, що президент США Дональд Трамп у приватних розмовах вважає, що цілі російського диктатора Володимира Путіна в Україні виходять далеко за межі Донбасу і передбачають захоплення всієї країни. Вейлз розповіла, що під час зустрічі лідерів у Фінляндії 2018 року Трамп, здається, проявляв симпатію до Путіна, зокрема коли його запитали про невтручання Москви у вибори 2016 року. Спостерігаючи за цим, Вейлз відчула, що між ними існує певна дружба або захоплення, проте телефонні розмови з Путіним були неоднозначними – іноді дружніми, іноді – ні.

За словами Вейлз, в адміністрації Трампа точилися суперечки щодо того, чи є мета Путіна чимось меншим, ніж повне захоплення України. Вона підкреслила, що Трамп «не вірив», що Путін задовольниться лише Донецькою областю, і вважав, що російський президент прагне підкорити всю Україну. При цьому Вейлз охарактеризувала Трампа як людину з «особистістю алкоголіка», а себе – як експерта з оцінки характерів людей [63].

Конгресмен-республіканець від Небраски Дон Бейкон закликав адміністрацію президента Дональда Трампа зосередитися на захисті суверенітету України під час мирних переговорів із Росією, повідомляє Politico.

За його словами, Білий дім надсилає «суперечливі сигнали» щодо переговорів із російськими та українськими представниками, оскільки двопартійна критика початкового 28-пунктного «мирного плану» зростає. Бейкон висловив сподівання, що президент буде рішучіше відстоювати права вільної та суверенної України, яка прагне демократії та хоче стати союзником США, а також чітко усвідомлювати, що Путін – аресор і диктатор, який знищує своїх опонентів. Він додав, що наразі не бачить такої моральної визначеності з боку Білого дому. За його словами, саме цього бракує у поточній політиці США.

У Politico зазначили, що початковий «мирний план» США, який Бейкон охарактеризував як «документ про капітуляцію», містив низку ключових вимог Кремля, зокрема територіальні поступки від України та обмеження її армії.

«План викликав двопартійну критику та скепсис у Європі, оскільки союзники США наголошували на відсутності важливих гарантій безпеки для України. Минулого тижня високопосадовці США та Росії зустрілися в Абу-Дабі для обговорення деталей, і, за повідомленнями, Україна погодилася з основними положеннями нової, скороченої 19-пунктної угоди», – йдеться у публікації. Бейкон також висловив надію, що президент Трамп чіткіше засудить агресивні дії російського диктатора Володимира Путіна [3].

Агенція Axios 19 листопада повідомила, що адміністрація Дональда Трампа нібито веде таємні консультації з представниками Росії щодо розробки плану для завершення російсько-української війни. За даними медіа, цей «план» містить 28 ключових пунктів. Як зазначає одне зі джерел Axios, американський чиновник, спецпредставник Трампа Стів Віткофф «керує розробкою плану і вже обговорив його з головою російського фонду прямих інвестицій Кирилом Дмитрієвим». Українське джерело Axios додало, що цього тижня Віткофф нібито обговорив план і з секретарем РНБО Рустемом Умеровим у Маямі.

NBC News повідомляє, що президент США Дональд Трамп нібито схвалив 28-пунктний «мирний план» між Росією та Україною. За словами високопосадового американського чиновника, у його розробці брали участь Стів Віткофф, віцепрезидент Джей Ді Венс, сенатор Марко Рубіо та зять президента

Джаред Кушнер. Подобиці плану наразі залишаються на стадії переговорів із залученими сторонами.

Financial Times оприлюднила ключові положення плану:

- передача Росії решти східного Донбасу, включно з територіями під контролем Києва;
- чисельність ЗСУ зменшується вдвічі;
- заборона на розміщення іноземних військ та припинення постачання західної далекобійної зброї;
- відмова від ключових видів озброєння та скорочення військової допомоги США;
- російська мова набуває статусу офіційної, відновлюється статус відділення Російської православної церкви.

За даними Financial Times, українські офіційні особи вважають, що план відповідає максималістським вимогам Кремля і без суттєвих змін не може бути реалізований для України.

На тлі чуток про «мирний план» держсекретар США Марко Рубіо заявив, що для досягнення тривалого миру обом сторонам доведеться піти на складні компроміси. При цьому, за його словами, Сполучені Штати продовжують формувати ідеї для завершення бойових дій, враховуючи позиції як Києва, так і Москви [43].

Можна стверджувати, що позиції лідерів США безпосередньо впливають на тон, теми та фрейми висвітлення російсько-української війни в американських медіа. Офіційні виступи та приватні коментарі президентів США впливають на формування громадської думки, а також на особливості висвітлення санкцій, військової допомоги, планів переговорів та мирних ініціатив. Політичні лідери США є ключовими медійними суб'єктами, які формують наративи підтримки України, критики РФ та просування мирних ініціатив. Досить часто медійне висвітлення війни залежить від зовнішньополітичного курсу та риторики конкретного президента.

РОЗДІЛ 3

ВПЛИВ АМЕРИКАНСЬКИХ МАСМЕДІА НА ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ

3.1. Вплив медіа на формування громадської думки американського населення про війну в Україні

Впливові американські медіа є одним із ключових інструментів формування громадської думки про війну в Україні. Тон та окремі наративи формують уявлення американців про події у нашій державі, дії Росії та роль США у врегулюванні конфлікту.

Засоби масової інформації займають важливе місце в кожній країні. У Сполучених Штатах, як і в інших розвинених країнах, електронні медіа є дуже різноманітними та відіграють значну роль у суспільному житті. Вони, як правило, виконують не лише розважальну функцію, але й впливають на формування соціальної реальності.

Електронні медіа також є важливим елементом економічної системи. У Сполучених Штатах та інших розвинених країнах більшість компаній, що працюють у секторі електронних медіа, працюють у приватному секторі та, отже, надають свої послуги з метою отримання прибутку. Тому менеджери електронних медіа, як і в будь-якій іншій компанії, повинні працювати ефективно та прибутково, як і очікують власники та акціонери.

Електронні ЗМІ у США також швидко набули популярності. Споживачі можуть отримувати доступ до інформації та розважального контенту різними способами та за допомогою численних пристроїв (телевізори та радіоприймачі, персональні та портативні комп'ютери, мобільні телефони, ноутбуки та портативні персональні пристрої). Медіаменеджери аналізують потреби читачів та створюють контент, який відповідає потребам як споживачів, так і ринку. Вони охоплюють усі канали комунікації: телебачення, радіо, друк, інтернет та соціальні медіа. Американські ЗМІ розвиваються та відіграють вирішальну роль

у формуванні громадської думки не лише у Сполучених Штатах, а й у всьому світі [42, с. 87].

У Сполучених Штатах основною формою урядової протидії монополіям та концентрації медіа є антимонопольне та державне корпоративне законодавство. Електронні ЗМІ підпадають під дію спеціальних правил, які опосередковано впливають на друковані ЗМІ (наприклад, заборона одночасного володіння газетою та радіо- чи телевізійною станцією в одному місті чи на одному новинному ринку).

У Сполучених Штатах існують національні та місцеві правові обмеження щодо власності на радіо- чи телевізійні станції. На національному рівні дозволено мати максимум 12 телевізійних станцій (14, якщо дві додаткові станції контролюються расовими меншинами), і цим станціям дозволено охоплювати 25% національної аудиторії (30%, якщо вони є спільною власністю етнічних меншин). Радіомережі обмежені у власності. На національному рівні можна володіти не більше ніж 20 радіостанціями. На малих ринках (14 або менше станцій) один власник може володіти не більше ніж трьома станціями (але лише якщо ці станції не перевищують 50% від загальної кількості станцій на ринку). На великих ринках (15 або більше станцій) один власник не може володіти більше ніж чотирма станціями (кількість таких станцій не повинна перевищувати 25% потенційної аудиторії слухачів) [35, с. 110].

Війна Росії проти України дестабілізувала безпекове середовище сучасних міжнародних відносин та порушила питання щодо світового порядку в цілому. Наразі міжнародна спільнота активно займається підтримкою України, причому допомога та підтримка з боку Сполучених Штатів є одними з найважливіших. У свою чергу, допомогу Україні можна розглядати як елемент та інструмент позиціонування Сполучених Штатів на міжнародній арені, враховуючи концептуальний зміст «Стратегії національної безпеки США», оголошеної адміністрацією Байдена. Сполучені Штати підтримують ідею глобального лідерства у зовнішній політиці та повноцінної участі у світових справах, що

сприяє формуванню світового порядку під американським верховенством, в якому «український» фактор є вирішальним [64, с. 136].

Що ж до ставлення американців до війни в Україні, то досвід українського журналіста Юрія Луканова, який у 2023 році подорожував США та спілкувався з американцями різних соціальних груп, засвідчує наявність стійкої, хоч і неоднорідної підтримки України серед американського суспільства. Символічним проявом цієї підтримки є регулярні проукраїнські акції біля Білого дому, де поряд з етнічними українцями беруть участь і громадяни США, не пов'язані з Україною особисто. Такі активісти, як колишній державний службовець Девід Рут, сприймають війну в Україні не лише як регіональний конфлікт, а як глобальне протистояння між агресією та демократичними цінностями. На їхню думку, допомога Україні є не благодійністю, а інвестицією у світову безпеку, а зволікання США з наданням сучасного озброєння стало стратегічною помилкою.

Важливим чинником формування позитивного іміджу України в США є також волонтерська діяльність американців, які мають особистий досвід перебування в Україні. Показовою є діяльність Діани Канкро з Мічигану, яка після початку повномасштабного вторгнення ініціювала масштабні гуманітарні та культурні проєкти допомоги Україні. Її ініціатива «Детройт допомагає Києву» охоплює постачання медичних засобів, харчову допомогу переселенцям та популяризацію українського мистецтва в США. Мотивація таких активістів ґрунтується на моральному обов'язку та історичних паралелях із трагедіями ХХ століття, зокрема Голокостом, а також на усвідомленні глобальних наслідків можливої поразки України для міжнародного порядку.

Водночас соціологічні дослідження фіксують поступове зниження рівня активної підтримки України серед американців, що пояснюється як втомою від війни, так і зменшенням медійної уваги. Опитування Gallup, Reuters і CNN демонструють суперечливі результати, які значною мірою залежать від формулювання запитань і поточного інформаційного контексту. При цьому зберігається чіткий партійний розподіл: демократи стабільно підтримують

продовження допомоги Україні, тоді як серед республіканців і незалежних зростає частка прихильників «швидкого завершення конфлікту». Експерти наголошують, що попри певне зниження інтенсивності підтримки, американське суспільство загалом і далі сприймає Україну як демократичну державу, що бореться за спільні цінності, водночас остерігаючись затяжних і фінансово обтяжливих зовнішніх зобов'язань [30].

За даними щорічного дослідження Gallup World Affairs, проведеного впродовж 3–16 лютого 2025 року, 63% дорослого населення США позитивно ставляться до України. Опитування є частиною регулярного моніторингу громадської думки, у межах якого американський соціологічний інститут Gallup щороку з'ясовує ставлення громадян США до різних країн світу.

Результати дослідження свідчать, що найвищий рівень підтримки України зафіксовано серед прихильників Демократичної партії – 84%. Серед респондентів, які не ідентифікують себе з жодною політичною силою, позитивне ставлення до України становить 56%. Водночас навіть серед прихильників Республіканської партії понад половина опитаних (54%) висловлюють прихильність до України.

У звіті Gallup зазначається, що до 2023 року рівень підтримки України серед демократів і республіканців був приблизно однаковим. Однак протягом останніх трьох років спостерігається суттєве зростання прихильності до України саме серед демократів, що, на думку авторів дослідження, може бути пов'язано з послідовною підтримкою України адміністрацією Джо Байдена у війні з Росією [72].

Згідно з опитуванням Інституту Рейгана, здійсненим у партнерстві з Beacon Research та Shaw & Company Research, понад шістьдесят відсотків громадян США вважають, що Україна повинна здобути перемогу у війні проти Росії. Крім того, 64% респондентів висловилися на користь подальшого постачання американської зброї Україні, що на дев'ять відсоткових пунктів перевищує показники попереднього року. Важливо, що така позиція має

двопартійний характер: її підтримують 59% прихильників Республіканської партії та 75% демократів.

Результати дослідження також демонструють зростання підтримки Північноатлантичного альянсу. Так, 68% опитаних переконані, що НАТО має й надалі залишатися одним із ключових елементів системи глобальної безпеки, а більшість американців підтримують виконання зобов'язань, передбачених Статтею 5 договору, яка гарантує колективний захист союзників.

Окрему увагу в опитуванні приділено питанню міжнародної ролі Сполучених Штатів. 64% учасників дослідження вважають, що США повинні активніше залучатися до світових процесів і зберігати провідні позиції у глобальній політиці. Цю думку поділяють як прихильники руху MAGA серед республіканців (79%), так і представники Демократичної партії (57%). Водночас переважна більшість американців наголошує на стратегічному значенні військової сили країни. Так, 87% респондентів вважають критично важливим для США утримувати статус найпотужнішої армії у світі, а 71% переконані, що ймовірність миру зростає саме за умови збереження Америкою ролі провідної світової наддержави. Опитування проводилося в період з 23 жовтня по 3 листопада 2025 року серед 2507 респондентів і відображає актуальні настрої американського суспільства щодо питань зовнішньої політики та національної безпеки [32].

5 грудня адміністрація президента США Дональда Трампа представила оновлену Стратегію національної безпеки – документ обсягом 33 сторінки, який вийшов далеко за межі формального політичного звіту. Фактично він став програмною заявою нового курсу, що означає відхід Сполучених Штатів від ролі глобального гаранта безпеки та повернення до моделі ізоляціоністської «Фортеці Америка».

Документ, який визначає основні орієнтири зовнішньої політики США на найближчі роки, викликав серйозне занепокоєння серед європейських союзників і водночас, імовірно, був сприйнятий із задоволенням у Москві та Пекіні. Нова стратегія демонструє різкий розрив не лише з підходами демократичних

адміністрацій, а й із традиційним республіканським курсом часів Рональда Рейгана. Просування демократії поступається прагматичним домовленостям, розвиток альянсів – вимогам фінансової «віддачі», а безумовна підтримка України змінюється риторикою «реалізму» та сумнівів у її життєздатності.

Ключовою ідеєю стратегії є відвертий державний егоїзм. Якщо раніше американська безпекова доктрина ґрунтувалася на переконанні, що стабільність США нерозривно пов'язана зі стабільністю світу, то команда Трампа фактично перевертає цю логіку. Відтепер міжнародна залученість Вашингтона обмежується лише тими питаннями, які безпосередньо впливають на економічні інтереси США або становлять пряму загрозу їхнім кордонам [62].

Стратегія чітко окреслює нові пріоритети: захист національних кордонів, домінування у Західній півкулі та досягнення економічної самодостатності. США декларують небажання надалі витратити ресурси на «нескінченні війни», підтримку ліберального світового порядку чи демократичні трансформації в інших державах. Як зазначає дипломат Вадим Трюхан, сама поява документа є закономірною, адже його оновлення передбачене законодавством. Водночас зміст стратегії є принципово новим і, за його словами, «революційним у своїй ретроградності». Експерт підкреслює, що в документі систематизовано всі розрізнені та суперечливі ідеї, які лунали під час виборчої кампанії Трампа та перших місяців його президентства. Найважливіший сигнал – це фактичне замикання США на власних внутрішніх проблемах і відмова від активної глобальної ролі.

За оцінкою В. Трюхана, географія стратегічних інтересів Вашингтона звузилася до власних кордонів: від Мексики до Канади. У такій парадигмі США дедалі більше перетворюються на державу, зосереджену «в собі», що для демократичних країн, які традиційно розраховували на американську підтримку, означає різке зменшення залученості США у світові процеси.

Ізоляціоністський курс має також виразний економічний вимір. Нова стратегія трактує міжнародні відносини не як простір цінностей і принципів, а як ринок, де кожен учасник повинен платити за власну безпеку. Стиль документа,

за словами В. Трюхана, справляє враження тексту, створеного радше консалтинговою структурою, ніж професійними державними аналітиками: у ньому практично відсутня ідеологічна складова, а домінують виключно фінансові розрахунки. На думку експерта, подібна відверта меркантильність могла викликати схвальну реакцію у стратегічних опонентів США. У Москві та Пекіні нову стратегію, ймовірно, сприйняли як ознаку ослаблення американського глобального лідерства.

Політолог Володимир Фесенко застерігає, що така позиція створює небезпечний вакуум сили у світовій політиці. Добровільна відмова США від ролі глобального лідера відкриває простір для інших акторів, які керуються зовсім іншими уявленнями про міжнародний порядок. За його словами, у стратегії фактично зафіксовано відмову від «місії Атланта» – підтримки світової стабільності та демократичних цінностей, що становить серйозну загрозу як для міжнародної системи, так і для самих Сполучених Штатів. В. Фесенко наголошує, що втрата глобального авторитету може виявитися для Вашингтона значно дорожчою, ніж витрати на підтримку союзників, адже довіру і лідерство формують десятиліттями, але втрачають дуже швидко [62].

Опублікована адміністрацією Дональда Трампа Стратегія національної безпеки (NSS) 2025 року зафіксувала суттєвий світоглядний зсув у зовнішньополітичних пріоритетах США. Документ прямо відкидає післяхолодновоєнну ідею «постійного американського панування над усім світом», називаючи її «фундаментально небажаною та неможливою метою», та натомість акцентує увагу на Західній півкулі й національному суверенітеті. Як зазначає Метью Креніг, сильними сторонами NSS є збереження традицій ядерного стримування, запобігання домінуванню ворожих держав у ключових регіонах і ставка на міцні альянси в Європі та Індो-Тихоокеанському регіоні. Водночас документ, на його думку, «не відповідає вимогам», оскільки відкидає прагматичне просування демократії та прав людини й недостатньо чітко окреслює загрози з боку ревізіоністських автократій.

Окрему увагу експерти звертають на трактування Росії та війни в Україні. У NSS Москва згадується переважно в європейському контексті, без детального аналізу її глобальної загрози для США. Тресса Генов наголошує, що стратегія фактично позиціонує Сполучені Штати як «арбітра між Росією та Європою», а не як сторону, що безпосередньо протидіє російській проєкції сили. Водночас Деніел Фрід звертає увагу на суперечливість документа: з одного боку, він закликає до «припинення воєнних дій» в Україні та збереження її як «життєздатної держави», що визначається «основним інтересом» США; з іншого – ця позиція виглядає недостатньою з огляду на небажання Володимира Путіна реально долучатися до мирних зусиль.

Загалом експертні оцінки сходяться на тому, що NSS 2025 року сигналізує про переорієнтацію США з політики, заснованої на цінностях, на політику, засновану на інтересах. Керолайн Костелло підкреслює, що це особливо помітно у формулюванні конкуренції з Китаєм, який у документі постає радше як економічний суперник і потенційний партнер, а не як ідеологічний опонент. Зазначена стратегія, за словами аналітиків Атлантичної ради, створює «працездатний, але внутрішньо неузгоджений набір елементів», який залишає простір для різного політичного трактування. Для союзників США, зокрема в Європі та на східному фланзі НАТО, це означає зростання відповідальності за власну безпеку та необхідність адаптації до змінених американських пріоритетів [83].

Таким чином, американські медіа є одним із головних чинників формування громадської думки американців про російсько-українську війну. Медіа США визначають базові уявлення населення про характер конфлікту, його причини, перебіг та наслідки для міжнародної безпеки. У провідних американських ЗМІ переважає трактування війни як акту агресії з боку Росії проти суверенної держави, що й сприяло формуванню стійкої симпатії американців до України. Інформаційне висвітлення війни відповідає рівню громадської підтримки України, що підтверджується соціологічними опитуваннями. Американський медіапростір є політично поляризованим, що

зумовлює різні варіанти трактування війни залежно від ідеологічної орієнтації ЗМІ.

3.2. Роль соціальних мереж та цифрових платформ у поширенні інформації про збройну агресію РФ

У сучасних умовах значення соціальних мереж та цифрових платформ як ключових каналів отримання новин стрімко зростає. Сьогодні соціальні мережі трансформувалися із інструментів міжособистісної комунікації у повноцінних суб'єктів інформаційного впливу, які формують порядок денний нарівні із традиційними медіа.

Сучасні глобальні кризи змінюють одна одну надзвичайно швидко. Пандемія Covid-19 спричинила всесвітню невизначеність і принесла значні страждання, оскільки порушила звичні комунікаційні процеси та охопила всі сфери життя. Активна фаза російської агресії в Україні ще більше загострила ці проблеми.

Згідно з даними digital-дослідження, в Україні 71,8 % населення користуються Інтернетом, з яких 64,6 % активно використовують соціальні мережі. Соціальні медіа сьогодні стали невід'ємною частиною не лише особистих, але й корпоративних комунікацій. Окрім офіційних сайтів, багато компаній мають власні сторінки у соцмережах або канали, через які щодня взаємодіють зі своєю аудиторією.

Соціальні мережі мають низку переваг:

- можливість самостійного поширення новин та повідомлень;
- широке охоплення аудиторії без значних ресурсних витрат;
- безпосередній контакт із онлайн-спільнотою.

Зазначене робить соціальні медіа потужним і ефективним інструментом комунікації навіть у період глобальних криз [51, с. 224].

Соціальні мережі відіграли ключову роль під час війни в Україні, виконували інформаційну, координаційну, мобілізаційну та гуманітарну функції. Вони стали основним джерелом оперативної інформації про бойові дії,

переміщення військ та інші важливі події, а також платформами для перевірки фактів і протидії дезінформації, зокрема завдяки діяльності організацій на кшталт StopFake.

Крім того, соцмережі активно використовуються для організації гуманітарної допомоги, збору коштів, волонтерської діяльності та планування евакуаційних маршрутів. Вони сприяють поширенню патріотичних відео та історій героїзму, підтримують моральний дух і бойовий настрій населення, а також забезпечують психологічну підтримку через гарячі лінії та консультації фахівців.

На міжнародній арені соціальні мережі допомагають привернути увагу світової спільноти до подій війни, залучити підтримку та впливати на політичні рішення і дії міжнародних організацій щодо допомоги Україні. Крім того, вони слугують платформою для збору та поширення фото- і відеодоказів воєнних злочинів, які можуть бути використані у міжнародних судах.

Отже, наведені приклади демонструють важливість соціальних мереж під час війни, як у контексті внутрішньої координації та мобілізації ресурсів, так і на міжнародному рівні. Позитивний вплив цифрових платформ проявляється у швидкому доступі до інформації, мобілізації громадської підтримки, психологічному супроводі населення та сприянні міжнародному втручання. Соціальні мережі дозволяють громадянам залишатися обізнаними, організувати допомогу та взаємодіяти один з одним, що сприяє покращенню ситуації під час військових та гуманітарних криз [78, с. 998].

Соціальні мережі набувають все більшої популярності, а кількість їхніх користувачів постійно зростає, що є об'єктивною ознакою сучасного глобалізованого інформаційного середовища. Завдяки великій аудиторії та різноманітності користувачів соцмережі можуть використовуватися як інструмент інформаційного впливу та маніпуляцій задля формування громадської думки. Водночас незважаючи на численні негативні аспекти та ризики, соціальні мережі мають і позитивні функції. Вони дозволяють підвищити ефективність громадських ініціатив, сприяють розвитку практичної

діяльності громадянського суспільства та формуванню соціального капіталу. Нові форми взаємодії між державою та суспільством передбачають створення інститутів і громадських організацій, які зміцнюють комунікаційні зв'язки та активізують участь громадян. Проте сьогодні негативний вплив соціальних мереж на свідомість людини все ще переважає, що створює необхідність у захисті користувачів і забезпеченні безпеки інформаційного простору [5, с. 238].

Країна-агресор використовує соціальні мережі не лише для того, щоб підірвати міжнародний імідж України, а й для його трансформації з метою досягнення власних геополітичних цілей. Інформаційна політика Росії спрямована на послаблення позицій України на міжнародній арені шляхом формування стереотипів про нібито меншовартісність українців, а також на дестабілізацію всередині держави. Соціальні мережі застосовуються для проведення інформаційних кампаній та спеціальних операцій, що нав'язують наративи про «братній народ», «нелегітимну київську владу» чи «бандерівщину».

Однією з основних загроз для позитивного іміджу України є інформаційно-психологічний тиск з боку іноземних держав, зокрема Росії, який здійснюється через соцмережі та спрямований на свідомість громадян як у світі, так і в Україні. На цих платформах поширюється будь-яка інформація – достовірна чи фейкова, що робить соціальні мережі ефективним інструментом пропаганди, оскільки перевірити її правдивість часто неможливо.

Водночас соціальні медіа слугують інструментом спростування фейків, викриття злочинів армії агресора та консолідації великої аудиторії. Під час Революції Гідності 2014 року через соцмережі українці організовували протестні мітинги та відстежували розвиток подій, зокрема анексію Криму і збройне протистояння на сході України. У лютому 2022 року соціальні мережі об'єднали націю, а у квітні-травні того ж року транслювали в прямому ефірі події в Маріупольському «Азовсталі», що стало трагедією, зафіксованою в реальному часі [17, с. 209].

Соціальні платформи також сприяли формуванню позитивного іміджу України у світі як вільної, сучасної та демократичної держави. Висвітлення українського спротиву повномасштабному російському вторгненню демонструвало хоробрість та сміливість народу, відмінну від образів, які продукували проросійські медіа. Використання інформаційних технологій для взаємодії з міжнародною аудиторією посилило сприйняття іміджу України та стало основою нової брендової стратегії держави. У рамках цього реформування був запущений офіційний цифровий проєкт war.ukraine.ua, створений у перші дні повномасштабного вторгнення Росії для поширення перевіреної та актуальної інформації про перебіг військових подій [17, с. 210].

Актуальною проблемою у соціальних мережах є поширення дезінформації та пропаганди. Дезінформація – це поширення неправдивої, маніпулятивної або викривленої інформації з метою впливу на погляди чи поведінку людей. У соціальних мережах вона розповсюджується швидше та ефективніше, ніж у традиційних медіа, тому важливо навчитися розпізнавати її ознаки. Розпізнати дезінформацію не завжди просто, проте існують певні сигнали, на які варто звертати увагу:

1. Непереверені джерела – якщо інформація не містить джерела або джерело неможливо перевірити, це може свідчити про дезінформацію;
2. Емоційне навантаження – повідомлення, що викликає сильні емоції – гнів, страх або обурення – часто спрямоване на маніпуляцію;
3. Неточність або викривлення фактів – інформація, що суперечить відомим фактам або подає їх неправильно, може бути неправдивою;
4. Надмірне спрощення – якщо повідомлення подане занадто просто і однозначно, це може бути маніпуляцією або пропагандою;
5. Безглузді твердження – загальні максими або твердження, що суперечать логіці чи здоровому глузду, часто є ознакою дезінформації.

Всі ці ознаки допомагають визначити, що користувач стикається з неправдивою або маніпулятивною інформацією у соціальних мережах [28, с. 183].

З 27 серпня по 2 вересня 2025 року аналітики «Детектора медіа» зафіксували 13 дезінформаційних вкидів російських медіа. Зокрема, поширювалися фейки про нібито інтриги Великої Британії та ЄС проти Росії, адміністративні маніпуляції з територіями Донецької та Луганської областей, а також неправдиві твердження про права українських біженців у Польщі та обмеження паломництва ізраїльських вірян до Умані.

Російські медіа та проросійські акаунти систематично перекручували факти, щоб представити Україну як державу, що нібито відмовляється від своїх територій, надає «особливі привілеї» біженцям і порушує релігійні свободи. Такі матеріали поширювалися без підтверджених джерел і з метою створити недовіру до української влади та міжнародних партнерів країни.

Аналітики проєктів StopFake, Demagog та Центру протидії дезінформації спростували ці твердження, а також наголосили, що законопроєкти та державні рішення спрямовані на покращення управління регіонами, легальний захист біженців та забезпечення їхніх прав, а обмежень на паломництво ізраїльських вірян не існує [46].

Фейкові новини – це частково викривлена або повністю неправдива інформація (текстові матеріали, фото, відео, аудіоповідомлення тощо), що поширюється з метою дезінформації та дестабілізації об'єкта, якому вона присвячена. Сьогодні явище створення фейкових новин можна вважати серйозною глобальною проблемою: у світі існують тисячі вебсайтів, головною метою яких є виробництво подібного контенту – справжні «фабрики фейків».

Фейкові новини не обмежуються лише очевидно неправдивою інформацією; вони також включають матеріали, які подають реальні факти у спотвореному вигляді, зазвичай з наміром підтримати упереджені тези та викликати у аудиторії негативні емоції, моральне пригнічення або психологічну дезорієнтацію. Масштаби поширення таких матеріалів можуть бути величезними, а також охоплювати всіх користувачів, підключених до мережі. У політичній сфері фейкові новини зазвичай використовуються для створення хаосу, політичної чи соціальної нестабільності.

На відміну від традиційної дезінформації, сучасні фейкові новини впливають на аудиторію з безпрецедентним рівнем залучення та швидкістю завдяки новітнім інформаційним технологіям. Вони здатні змінювати сприйняття реальності, а іноді й спонукати людей до спонтанного та масового поширення неправдивої інформації. Три ключові аспекти сучасних фейк-ньюз: зміст (часто подібний до традиційної дезінформації), контекст (вірусність та активне обговорення), та аудиторія – «жертва», яка приймає інформацію на віру і може самостійно поширювати її [2, с. 87].

З 12 по 13 березня 2025 року російські пропагандистські канали та блогери активно поширювали наративи, спрямовані проти перемир'я в Україні та Заходу. Z-канали закликали Кремль ігнорувати пропозиції Вашингтона та Києва, називали їх «розводкою» та пропонували «прострелити Трампу друге вухо». Проте реальні дані свідчать про мінімальні успіхи РФ на фронті: за тиждень вони захопили лише невеликі території Луганської та Донецької областей, що спростовує пропагандистське уявлення про «методичний тиск» на Україну.

Російська пропаганда намагається створити образ України слабкою та зацікавленою у перемир'ї, тоді як реальність зовсім інша. РФ витрачає близько 40% бюджету на війну, зазнає значних економічних та технологічних втрат, а виробництво військової техніки не компенсує втрат. Водночас Україна значно просунулася у розвитку власних БПЛА та отримала масштабну підтримку від США та ЄС, що робить «війну на виснаження» для Росії програшною стратегією.

Пропагандистські наративи також намагаються звинуватити Україну у «злочинах проти дітей» та інших «могильних плитах», проте офіційні розслідування документують воєнні злочини РФ: примусове вивезення дітей, убивства мирних жителів у Бучі та Ірпені, удари по цивільній та енергетичній інфраструктурі, катування військовополонених [21].

Сьогодні підтримка України міжнародною спільнотою – це не лише символ солідарності, а й стратегічний вибір для глобальної безпеки. Особливе значення має позиція США, адже їхні дії та слова задають тон світової реакції на російську агресію. Судячи з коментарів у соціальних мережах, прості американці

усвідомлюють ціну цієї війни. Вони відзначають, що допомога Україні захищає демократію і водночас зміцнює безпеку власної країни. Наприклад, користувачка Rima Med, яка з 2022 року служить інструкторкою з тактичної медицини у ЗСУ, пише: «Як американка, я вірю, що найважливіше – допомогти Україні захистити свободу та незалежність. Це справжні американські цінності» (рис. 3.1).



Рис. 2.1 – Пости підтримки України від американців у соціальних мережах
Джерело: [58].

Користувач Т.С.А.Г., який понад три роки тренує українських військових, наголошує: «Україна воювала разом із США в Іраку та Афганістані, і зараз їхня боротьба з ворогом, що загрожує всьому світу, безпосередньо стосується нас» (рис. 3.2).

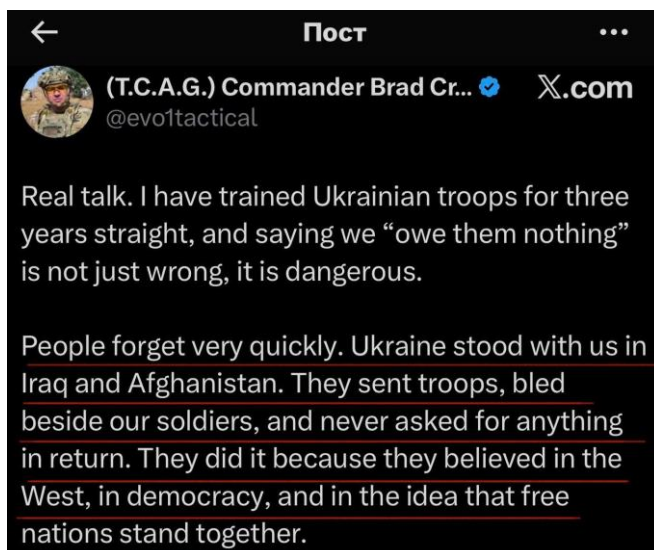


Рис. 3.2 – Пости на підтримку України від американського населення
Джерело: [58].

Можна підсумувати, що соціальні платформи стали ключовим джерелом оперативної інформації про бойові дії, переміщення військ та гуманітарні потреби населення. У сучасних умовах соціальні мережі використовуються для перевірки фактів і викриття фейкових новин. У соціальних медіа користувачі можуть протидіяти пропаганді Росії та підвищувати рівень обізнаності населення про реальні події. У соцмережах як українці, так і жителі інших країн світу поширюють патріотичні відео, публікують історії героїзму, що підтримують бойовий дух населення, та надають психологічну допомогу постраждалим.

3.3. Перспективи формування позитивного образу України у глобальному медіапросторі

Міжнародний медіапростір є важливим джерелом формування іміджу окремої держави. Глобальні медіа вкривають на міжнародну політику, дипломатію, а також підтримку України у війні з Російською Федерацією. Наразі позитивний образ України вже формується завдяки висвітленню героїзму, опору та демократії наших жителів. Проблемами, які ускладнюють формування позитивного іміджу України, є дезінформація, пропаганда РФ, а також інформаційна конкуренція на світовому рівні.

У зарубіжній науковій літературі поняття «образ» не виділяється окремо, а слово *image* є англійським еквівалентом українського терміна «образ». Тому вітчизняні дослідники часто ототожнюють поняття «імідж» і «образ». Якщо звернутися до правового та інформаційного простору України, «імідж» розглядається як ширше, узагальнене поняття «образу».

Імідж – це свідомо сконструйований або стихійно сформований образ, що відображається в усвідомленні людей і проявляється у їхньому ставленні до

нього. Успішним міжнародний імідж України для світової спільноти можна вважати тоді, коли досягаються такі показники: зацікавленість країною, бажання у ній жити та позитивний соціально-психологічний настрій населення.

На формування іміджу України впливають такі чинники, як природно-ресурсний потенціал, внесок видатних українців у світові здобутки, структура державного управління, ціннісні характеристики національного менталітету, ефективність владної системи, соціально-психологічний стан населення та економічна стабільність. Одним із найвагоміших елементів, що формують уявлення про державу, є діяльність офіційних представників політики, які реалізують реформи та забезпечують їх практичне виконання [55, с. 182].

Нині імідж держави є стратегічною цінністю, а в сучасному світі інформаційних та мережевих технологій він стоїть нарівні з потужною армією та економікою. Імідж належить до ключових факторів, що визначають позицію країни у світовій системі міжнародних відносин. У сучасній теорії міжнародних відносин імідж держави розглядається як елемент «м'якої сили», який набуває дедалі більшого значення як інструмент реалізації зовнішньої політики.

Комунікативні технології формування міжнародного іміджу базуються на діяльності, спрямованій на захист і просування національних інтересів на міжнародній арені, а також на інформуванні світової спільноти про геополітичні, економічні, географічні та інші особливості держави, стан її розвитку та досягнення. Об'єктами впливу таких зовнішньополітичних комунікативних технологій є інші держави, міжнародні та регіональні організації, транснаціональні корпорації, лідери країн та політичні й бізнесові еліти світу, а також широка міжнародна громадськість.

Одним із головних способів використання інформації є технології створення іміджів. Інформація, яка впливає на імідж держави, оцінюється за кількома параметрами: джерело (газета, журнал, веб-сайт, прес-агентство, телевізійний канал тощо) та його репутація; авторство (державна, політичний або державний лідер, посадовець, відома особистість у сфері мистецтва, спорту чи

шоу-бізнесу); зміст інформації; а також її цільова та смислова спрямованість [31, с. 233].

Ключову роль на міжнародній арені відіграє імідж України, який формується під впливом різних чинників, серед яких:

1. Демократія та реформи. Як незалежна держава, Україна активно зміцнює демократичні інститути та проводить економічні та політичні реформи. Зазначене сприймається міжнародною спільнотою як позитивний аспект, що також впливає на формування її іміджу.

2. Геополітичне розташування. Україна межує з країнами ЄС, що надає їй важливого стратегічного значення у світових геополітичних процесах і міжнародних відносинах.

3. Реформи та боротьба з корупцією. Протягом багатьох років Україна здійснює значні кроки щодо реформування державних структур та протидії корупції, хоча цей процес потребує часу і є довготривалим.

4. Гуманітарна допомога та миротворчі ініціативи. До війни Україна брала участь у гуманітарних місіях і миротворчих операціях під егідою ООН та інших міжнародних організацій. Висвітлення подібних ініціатив сприяє формуванню позитивного образу країни як миролюбної нації та підвищує її авторитет у світі [69, с. 90].

Стратегія формування, просування та підтримки позитивного іміджу України повинна починатися «знизу» – через активну взаємодію громадян, бізнесу та державних інституцій. Ефективність міжнародного іміджу країни значною мірою залежить від діяльності влади у таких напрямках: демократизація та децентралізація політичних процесів, реалізація політики регіонального розвитку на рівні територіальних громад, проведення економічних реформ та стимулювання економічного зростання, успішна зовнішня політика і просування євроінтеграційного курсу, впровадження сучасних інформаційних технологій у державне управління, розвиток електронного урядування та інформаційного суспільства.

Сильний міжнародний імідж і авторитет держави впливають і на внутрішній стан суспільства – формують патріотизм, відповідальність та демократичну політичну культуру, зміцнюють інформаційну безпеку, підвищують здатність протистояти зовнішнім інформаційним впливам, дезінформації та маніпуляціям. Зазначене має превентивний ефект у контексті інформаційної війни, зміцнює фізичну та духовну згуртованість населення під час відкритого військового протистояння з РФ.

Після початку повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року питання іміджу стало особливо актуальним: поряд із відкритими бойовими діями точиться боротьба в інформаційному просторі, де РФ намагається завдати шкоди репутації України як всередині країни, так і на міжнародній арені. Водночас Україна демонструє безпрецедентне зростання позитивного іміджу, позиціонує себе як вільну, сучасну та демократичну державу, що протистоїть агресору.

Швидке поширення новин про військові події, викриття злочинів російської армії та трансляція наслідків військового вторгнення було забезпечено завдяки активному використанню інформаційних технологій, медіа та соціальних мереж, що дозволило охопити глобальну аудиторію та зміцнити міжнародну підтримку України [53, с. 322].

Найбільш ефективним каналом просування України на міжнародній арені сьогодні можна вважати закордонну українську діаспору, яка від перших днів війни активно поширює правдиву інформацію про події в Україні. Це проявляється у різних формах: від мітингів і флешмобів до організації освітніх заходів, семінарів та акцій, присвячених українській історії, культурі та традиціям. Таким чином, поряд із військовим протистоянням Україна веде активну боротьбу й на інформаційному фронті.

Активність української діаспори з початку російського вторгнення вражає. Наприклад, українці в Канаді регулярно організовують флешмоби на підтримку України, акції, під час яких жінки одягають вишиванки та відтворюють сцени війни. Членка волонтерського руху Я. Грушевська зазначила, що такий драматичний підхід дозволяє показати правду про війну, адже у Канаді її

зазвичай висвітлюють більш делікатно. Подібна діяльність, як у канадському Едмонтоні, так і в інших громадах, демонструє іноземцям справжню Україну та викликає захоплення мужністю та гідністю українського народу.

Зрозуміло, що нині держава та суспільство зосереджені передусім на зміцненні обороноздатності та протидії російській агресії. Проте підтримка та просування позитивного міжнародного іміджу України під час війни є не менш важливим, оскільки це допомагає нейтралізувати сприйняття країни як жертви та закріплює образ сильної та сучасної держави.

Д. Рибак зазначає, що просування українського бренду здійснюється не лише на рівні громадян, а й на державному. Так, Міністерство культури та інформаційної політики України спільно з Державною агенцією з питань мистецтва та мистецької освіти та партнерами запустили проєкт «Україна тепер і назавжди» (#StandWithUkraine). Його мета – привернути увагу світової аудиторії до української культури та мистецтва, сприяти консолідації міжнародної спільноти у протидії російській агресії, підтримувати культурну блокаду РФ та надавати достовірну інформацію про українські культурні проєкти.

Міністр культури та інформаційної політики О. Ткаченко підкреслює, що саме зараз важливо говорити «мовою культури», використовуючи «м'яку силу», яка об'єднує українців та демонструє світові їхню спадщину, мистецтво та цінності. Українська культура набуває нових значень, а її поширення дає змогу привернути увагу міжнародної спільноти як до історії країни, так і до актуальних подій сьогодення [50, с. 62-63].

Соціальні мережі відіграють ключову роль у формуванні міжнародного іміджу України. Вони виступають ефективним інструментом поширення достовірної інформації, налагодження міжнародних контактів та популяризації української культури. Водночас, загрози дезінформації та кібератак потребують постійного моніторингу та протидії. Застосування стратегічного підходу до цифрової комунікації дозволяє Україні ефективно зміцнювати свій позитивний образ на світовій арені.

Соціальні мережі можна використовувати для підвищення іміджу України через:

1. Популяризацію культури та досягнень країни – поширення інформації про історію, мистецтво, науку, спорт та інновації.
2. Протидію дезінформації – спростування фейків та поширення перевіреної інформації.
3. Підтримку міжнародних ініціатив – участь у глобальних кампаніях та співпраця з лідерами думок.
4. Створення якісного контенту – відео, статті, інфографіка англійською та іншими мовами для залучення міжнародної аудиторії.
5. Активну взаємодію з користувачами – відповідь на коментарі, ведення дискусій, залучення інфлюенсерів.
6. Підтримку єдиного та позитивного наративу – зосередження уваги на успіхах, перспективах та людських історіях.

Реалізація цих кроків допоможе Україні створити сильний, впізнаваний та позитивний образ у світі [68, с. 173].

У сучасному взаємопов'язаному світі все більшої ваги набуває зовнішньополітична складова іміджу державного лідера, який представляє країну на міжнародній арені. Спроби відповідати міжнародному праву та цінностям, що підтримуються світовими організаціями, змушують лідерів впроваджувати принципи демократії та прогресу, виступають їхніми провідниками у власних країнах. Будь-яка невідповідність між зовнішньою та внутрішньою політикою державного лідера зазвичай викликає критику світової спільноти та сприймається як неповага до інших членів міжнародної спільноти.

Водночас Україна стикається з низкою серйозних проблем у цьому напрямі. Насамперед, відсутня концептуальна база у вигляді офіційних документів, які б визначали зміст іміджевого образу країни. Крім того, процеси демократизації призвели до руйнування зовнішньополітичного пропагандистського апарату, а питання іміджу держави на міжнародній арені в державній інформаційній політиці часто залишалося на периферії.

На думку В. Лісовського, для ефективного формування позитивного іміджу України на міжнародній арені доцільно створити в структурі Міністерства інформації спеціальний підрозділ з управління іміджем, який відповідатиме за розробку, координацію та реалізацію іміджевої політики країни [26, с. 83].

В умовах сучасних соціально-політичних та економічних процесів в Україні Т. Грачевська виділяє низку ключових проблем, що заважають ефективному формуванню її міжнародного іміджу. Перш за все, це російська інформаційна агресія. Росія активно застосовує дезінформацію та фейки, що створює значні виклики для формування об'єктивного сприйняття України у світі. Виявлення та протидія таким інформаційним впливам є надзвичайно важливим завданням як для державних органів, так і для громадських організацій.

Щодня Росія проводить інформаційні операції з метою дестабілізації та розколу українського суспільства, використовує при цьому неправдиві лозунги, вигадані історії про втручання інших держав у внутрішню політику України, а також міфічні наративи про «нацистів» та «бандерівців», які нібито вбивають мирних громадян.

Основними складовими російської інформаційної агресії проти України, що впливають на її міжнародний імідж, є:

- дезінформація та фейки – поширення неправдивої інформації з метою формування спотвореного образу подій;
- пропаганда – поширення політично забарвлених матеріалів та ідеологічних поглядів через різні медіаресурси;
- кібератаки – напад на інформаційні системи та інтернет-ресурси України з метою завдання шкоди або викрадення конфіденційної інформації;
- лобіювання – діяльність на міжнародному рівні для просування російських інтересів та дискредитації українських;

– інформаційна блокада – обмеження доступу до об'єктивної інформації, що зменшує можливості для внутрішнього та міжнародного інформаційного обміну.

Не менш важливу роль у формуванні міжнародного іміджу України відіграють соціально-політичні чинники. Наслідки російської агресії ускладнюють сприйняття України як стабільного та надійного партнера. У цьому контексті необхідно розбудовувати державні інституції відповідно до кращих світових практик та впроваджувати реформи, що підвищують привабливість країни для міжнародних партнерів.

Економічні аспекти також відіграють критично важливу роль. Постійні обстріли українських портів значно зменшили обсяги експорту зерна, тоді як до повномасштабної війни Україна вважалася безумовним лідером у цій сфері. Логістичні ланцюги, підприємства та інші галузі економіки щодня перебувають під загрозою знищення, що негативно впливає на реальний сектор. Крім того, з початком війни всі економічні, соціальні та політичні зв'язки з РФ були припинені, що, з одного боку, ізолювало агресора, але водночас позначилося на економічних можливостях України. Руйнування інфраструктури окупантами значно знизило економічний потенціал країни та ускладнило підтримку позитивного міжнародного іміджу [13, с. 5-6].

На сьогодні міжнародний імідж невіддільний від уявлень про сучасну державу. До його складу входять політичний режим, правова політика, система управління, роль країни у політичному, економічному та соціальному просторах тощо. Такий імідж безпосередньо відображає політичну та економічну значущість держави та слугує показником її авторитету на світовій арені.

Протягом свого існування незалежна Україна стикалася з багатьма труднощами у формуванні міжнародного іміджу, зокрема через зовнішні виклики, як-от інформаційну війну з боку Російської Федерації. Проте незважаючи на складну загальнодержавну ситуацію, що загострилася після повномасштабного вторгнення РФ, Україні вдалося значно покращити своє міжнародне становище.

Внаслідок цього імідж країни зміцнився, а її впізнаваність у світі зростає. Закріпився вже впізнаваний український бренд, який продовжує активно розвиватися та має велике майбутнє. Важливо поширювати українську культуру, історію, мистецтво та найкращі досягнення серед іноземної аудиторії. Попит на український продукт серед міжнародної спільноти вже зростає, тож конструктивна стратегія розвитку національного бренду лише підсилить ці тенденції. Сьогодні весь світ усвідомив потужний потенціал України та визнає її як сильного й перспективного гравця на міжнародній політичній арені [70, с. 167].

Науково-технологічні досягнення можуть стати ефективним інструментом формування іміджу держави на міжнародній арені. Просування інновацій та технологій як складової іміджу країни не лише покращує інвестиційний клімат всередині держави, а й сприяє поширенню її товарів і послуг на глобальному ринку. Тому розвинені держави приділяють особливу увагу освіті, науці та інноваціям, а також підтримці цих галузей з боку державних інститутів. Для України, на жаль, ці сфери досі не є пріоритетними.

Публічна дипломатія, спрямована на просування інновацій, формує основу ефективної комунікаційної стратегії країни. Також поширені моделі просування культурних цінностей та національних брендів через міжнародні заходи – пісенні конкурси, кінофестивалі, покази мод, відеогіди у музеях, освітні обміни тощо.

Алгоритм успішного впровадження технологій культурної дипломатії включає кілька ключових етапів:

1. Визначення основних культурних цінностей, цілей та пріоритетів, які будуть привабливими та зрозумілими для цільових країн. Важливим є пошук спільних цінностей та загальнозначущих пріоритетів. Для України такими пріоритетами визначені демократія, громадянське суспільство та інтеграція до ЄС. Також важливу роль відіграють побутові цінності, наприклад, національна кухня, одяг, посуд.

2. Розробка стратегії та оцінка ресурсів на основі визначених цінностей і пріоритетів. Зокрема, фінансування міжнародних медіа потребує значних коштів, які часто перевищують можливості державного бюджету. Тому важливо залучати додаткові ресурси від приватних компаній та інвесторів.

3. Впровадження комунікаційної політики та моніторинг її ефективності, що передбачає формування, просування та підтримку іміджу України, а також оцінку результатів застосованих технологій та внесення необхідних коригувань [7, с. 18].

Можна зазначити, що позитивний образ України у світі зміцнює її позиції як надійного партнера, а також впливає на зовнішньополітичні, економічні та культурні відносини. Сьогодні цифрові платформи та соціальні мережі є ключовими каналами для поширення правдивої інформації та боротьби з дезінформацією. Просування української культури, освіти, науки та мистецтва сприятиме формуванню привабливого іміджу та зміцненню публічної дипломатії країни. Активність українців закордоном у медійному просторі та на культурних заходах також посилює позитивний образ держави та формує міжнародну підтримку. Для успішного формування позитивного образу України потрібна системна стратегія держави, яка включатиме державні, громадські та приватні ініціативи. Послідовна робота у всіх напрямках забезпечує стійке підвищення рівня впізнаваності та авторитету України у глобальному медіапросторі.

ВИСНОВКИ

Медіа мають вагомий вплив на формування громадської думки. Зокрема вкрай важливою є роль медіа у формуванні суспільних настроїв під час кризових ситуацій. Основними механізмами впливу медіа на масову свідомість є переконання, навіювання, фреймінг та маніпуляція. Вплив медіа на громадську думку залежить від регулярності, оперативності та актуальності інформації. В умовах воєнних конфліктів громадська думка є вразливою до впливу маніпулятивних практик. Саме тому в умовах кризових ситуацій варто розвивати критичне мислення та медіаграмотність населення, аби уникнути маніпуляцій та поширення фейків.

Журналісти в умовах війни мають дотримуватись правил особистої безпеки під час роботи в зоні конфлікту. Медійники також мають уникати ризикованих дій, контролювати власне пересування та контакти з військовими і цивільними. Етичними стандартами воєнної журналістики є захист даних військових та цивільних осіб, обережність у публікації координатів, чисельності військ та кількості озброєння, а також відповідальне використання фото- та відеоматеріалів. Об'єктивність та достовірність інформації є важливими для перевірки фактів та джерел перед публікацією, а також відмови від спотворення інформації під впливом емоцій або пропаганди. В умовах воєнного конфлікту журналіст має усвідомлювати вплив власної діяльності на психічне здоров'я, а також використовувати стратегії подолання стресу та професійного вигорання.

Інформація є стратегічним ресурсом та інструментом впливу на політичні, соціальні та культурні процеси. Інформаційні війни доповнюють або замінюють традиційні військові дії, а також спрямовують всі зусилля сторін на маніпуляцію свідомістю, деморалізацію противника та формування потрібних наративів. Пропаганда використовується для поширення нав'язаної ідеології, формування штучних цінностей та моделей поведінки. Пропаганда може мати як позитивні, так і негативні наслідки залежно від цілей та напрямку використання.

У матеріалах провідних американських ЗМІ знаходимо фіксацію нарративу відповідальності Росії за початок та продовження війни. Проте американські медіа не обмежуються поданням України виключно як жертви війни, а й активно звертають увагу на формування її образу як суб'єкта опору, який здатний до військового спротиву та дипломатичної взаємодії з міжнародними партнерами. На основі контент-аналізу ми з'ясували, що російсько-українська війна часто подається як частина глобального протистояння між демократичним світом та авторитарними режимами. Саме такий фрейм легітимізує підтримку України з боку США та їх союзників у політичному та військовому напрямках.

Репрезентація образів України та Росії у медіапросторі США включає цивільні втрати, руйнування інфраструктури та гуманітарну кризу, яка була спричинена війною. Україна у американських публікаціях постає як держава спротиву, що на фоні війни змогла об'єднати українське суспільство та сформувати спільний фронт. РФ у американських медіа є ініціатором війни, порушником міжнародного права та державою, яка становить загрозу міжнародній безпеці. Образ Росії формується на основі її конкретного лідера, тобто Володимира Путіна, та політичних рішень Кремля, що лише підсилює негативне сприйняття РФ у міжнародному просторі.

Позиції лідерів США безпосередньо впливають на тон, теми та фрейми висвітлення російсько-української війни в американських медіа. Офіційні виступи та приватні коментарі президентів США впливають на формування громадської думки, а також на особливості висвітлення санкцій, військової допомоги, планів переговорів та мирних ініціатив. Політичні лідери США є ключовими медійними суб'єктами, які формують нарративи підтримки України, критики РФ та просування мирних ініціатив. Досить часто медійне висвітлення війни залежить від зовнішньополітичного курсу та риторики конкретного президента.

Медіа США визначають базові уявлення населення про характер конфлікту, його причини, перебіг та наслідки для міжнародної безпеки. У провідних американських ЗМІ переважає трактування війни як акту агресії з боку

Росії проти суверенної держави, що й сприяло формуванню стійкої симпатії американців до України. Інформаційне висвітлення війни відповідає рівню громадської підтримки України, що підтверджується соціологічними опитуваннями. Американський медіапростір є політично поляризованим, що зумовлює різні варіанти трактування війни залежно від ідеологічної орієнтації ЗМІ.

У сучасних умовах соціальні мережі використовуються для перевірки фактів і викриття фейкових новин. У соціальних медіа користувачі можуть протидіяти пропаганді Росії та підвищувати рівень обізнаності населення про реальні події. У соцмережах як українці, так і жителі інших країн світу поширюють патріотичні відео, публікують історії героїзму, що підтримують бойовий дух населення, та надають психологічну допомогу постраждалим.

Позитивний образ України у світі зміцнює її позиції як надійного партнера, а також впливає на зовнішньополітичні, економічні та культурні відносини. Сьогодні цифрові платформи та соціальні мережі є ключовими каналами для поширення правдивої інформації та боротьби з дезінформацією. Просування української культури, освіти, науки та мистецтва сприятиме формуванню привабливого іміджу та зміцненню публічної дипломатії країни. Активність українців закордоном у медійному просторі та на культурних заходах також посилює позитивний образ держави та формує міжнародну підтримку. Для успішного формування позитивного образу України потрібна системна стратегія держави, яка включатиме державні, громадські та приватні ініціативи.

Перспективами подальших досліджень теми кваліфікаційної роботи є виявлення впливу нових цифрових платформ, стрімінгових сервісів та соціальних мереж на формування громадської думки США щодо війни в Україні. Також можна порівняти особливості висвітлення російсько-української війни у різних регіональних та національних медіа США. Можна також дослідити, як медіа взаємодіють з різними політичними партіями та як саме вони формують ставлення американських громадян до України та Росії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акопян К. Медіаетика воєнного часу: військова журналістика в українсько-російській війні. *Functioning of the ukrainian media during martial law in Ukraine scientific monograph*. 2023. Р. 5–18. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/284/7825/16357%20-1>. (дата звернення: 15.12.2025)
2. Батрименко О., Неліпа Д. Фейк-ньюз у соціальних мережах як маніпулятивний засіб інформаційної війни. *Вісник Львівського університету*. Серія філос.-політолог. студії. 2022. Вип. 44. С. 86–91. URL: http://www.fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/45_2022/10.pdf. (дата звернення: 17.12.2025)
3. Бовсуновська К. Політика, заснована на жадібності: у Конгресі розкритикували позицію Трампа щодо України. УНІАН. 30 листопада 2025. URL: <https://www.unian.ua/world/tramp-i-ukrajina-don-beykon-poyasniv-yakoyu-maye-buti-poziciya-bilogo-domu-shchodo-viyni-13212729.html>. (дата звернення: 16.12.2025)
4. Богатирець В. Вплив ЗМІ на демократичні трансформації та процес формування громадської думки. *Історико-політичні проблеми сучасного світу*. 2014. Вип. 27-28. С. 12–16. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Ippss_2014_27-28_4.pdf. (дата звернення: 15.12.2025)
5. Бойко Ю. Соціальні мережі як зброя та інструмент впливу в умовах інформаційної війни. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. 2021. Вип. 1.13. С. 235–239. URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/9995>. (дата звернення: 17.12.2025)
6. Бондарчук Н. Функційна своєрідність наратива повідомлення новин. *Науковий вісник Чернівецького університету: Германська філологія*. 2013. Вип. 667. С. 136–141. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&I

MAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nvchnugf_2013_667_18.pdf. (дата звернення: 15.12.2025)

7. Висоцька О. Побудова іміджу України на міжнародній арені засобами публічної дипломатії. *Україна і світ: теоретичні та практичні аспекти діяльності у сфері міжнародних відносин*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 21–22 квіт. 2021 р. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв; редкол.: М. М. Поплавський (голова), Костиця І. О. (заст. голови) [та ін]. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2021. С. 15–21. URL: https://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/2021/04/Ukrayina_i_svit_materialy_2021.pdf#page=15. (дата звернення: 17.12.2025)

8. Волошина Н., Череватий С. Інформаційний вплив на громадську думку українського суспільства. *Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони*. 2015. Вип. 2 (23). С. 144–149. URL: <http://sit.nuou.org.ua/article/view/60032>. (дата звернення: 15.12.2025)

9. Волянчук Т. Образ держави: генеза поняття та основні підходи до розуміння у сучасній науці. *Держава та регіони*. Серія: Право. 2023. Вип. 2. С. 305–310. URL: http://law.stateandregions.zp.ua/archive/2_2023/2_2023.pdf#page=305. (дата звернення: 16.12.2025)

10. Гаврусевич К., Прокопів Л. Етика та практика роботи з чутливим контентом та травматичними подіями. *Свобода слова під час війни*: Матеріали науково-методичного семінару, 30 квітня 2025 року. Івано-Франківськ, 2025. С. 12–15. URL: <https://if.uu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/05/prohrama-na-naukovo-metodychnyj-seminar-svoboda-slova-pid-chas-vijny.pdf#page=12>. (дата звернення: 15.12.2025)

11. Гай-Нижник П. Старі ідеологи нової команди Трампа: геополітичний ґрунт проросійських мага-нарративів. *Український політико-правовий дискурс*. 2025. Вип. 17. URL: <https://ppdnz.com.ua/index.php/home/article/view/468>. (дата звернення: 16.12.2025)

12. Гапій В. Пропаганда як інструмент впливу на підсвідомість людини в сучасній Україні. *Молодий вчений*. 2018. Вип. 1 (2). С. 636–641. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/molv_2018_1\(2\)_20.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/molv_2018_1(2)_20.pdf). (дата звернення: 15.12.2025)

13. Грачевська Т. Проблеми та перспективи формування позитивного міжнародного іміджу України після неспровокованої російської агресії. *Філософія та політологія в контексті сучасної культури*. 2023. Спецвипуск. С. 3–9. URL: <https://fip.dp.ua/index.php/FIP/article/view/1155>. (дата звернення: 17.12.2025)

14. Данильян О., Дзьобань О. Інформаційна війна у медіапросторі сучасного суспільства. *Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого*. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2022. Вип. 3.54. С. 11–29. URL: <http://fil.nlu.edu.ua/article/view/265589>. (дата звернення: 15.12.2025)

15. Дем'янчук О., Рошук К. Фрейм як засіб формування у ЗМІ негативної суспільної думки про політика. *Empirio*. 2024. № 2. С. 3–13. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/8c081dde-37b1-476f-8c2b-5a79461212fa/content>. (дата звернення: 15.12.2025)

16. Драбюк С. С. Пропаганда та її види. Шляхи протидії пропаганді. *Аналітично-порівняльне правознавство* / голов. ред.: Ю. М. Бисага; ДВНЗ «УжНУ». Ужгород, 2022. №1. С. 153–157. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/items/8e8580d3-a9ec-4e54-8072-77b340be1b82>. (дата звернення: 15.12.2025)

17. Ємець В., Мороз А. Роль соціальних мереж у формуванні іміджу держави в умовах повномасштабної війни. *Медіафорум: аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент*. 2023. Вип. 12. С. 205–214.

18. Журналістика на війні: виклики, стандарти та поради від військового журналіста. Національна спілка журналістів України. 21 березня 2025. URL:

<https://nsju.org/novini/zhurnalistyka-na-vijni-vyklyky-standarty-ta-porady-vid-vijskovogo-zhurnalista/>. (дата звернення: 15.12.2025)

19. Зражевська Н., Заїка В. Як змінилася робота українського журналіста під час війни. *Інтегровані комунікації*. 2023. № 1 (15). С. 68–77. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/49274/1/N_Zrazhevskaja_IK_1_15_2023_FZh.pdf. (дата звернення: 15.12.2025)

20. Каневський Д. Обама виключив воєнні дії з боку США задля розв'язання кризи в Україні. DW. 29 серпня 2014. URL: <https://www.dw.com/uk/%D0%BE%D0%B1%D0%B0%D0%BC%D0%B0-%D0%B2%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D1%8E%D1%87%D0%B8%D0%B2-%D0%B2%D0%BE%D1%94%D0%BD%D0%BD%D1%96-%D0%B4%D1%96%D1%97-%D0%B7-%D0%B1%D0%BE%D0%BA%D1%83-%D1%81%D1%88%D0%B0-%D0%B7%D0%B0%D0%B4%D0%BB%D1%8F-%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D1%8F%D0%B7%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D0%BA%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%B8-%D0%B2-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96/a-17887860>. (дата звернення: 16.12.2025)

21. Китайська «надія» Росії дає збій: дайджест пропаганди за 12 – 13 березня 2025 року. Укрінформ. 14 березня 2025. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-factcheck/3970612-kitajska-nadia-rosii-dae-zbij-dajdzest-propagandi-za-12-13-berezna-2025-roku.html>. (дата звернення: 17.12.2025)

22. Колодяжна А. Засоби масової інформації як інструмент впливу на суспільство: функції та ролі. *Вища освіта XXI століття: виклики, проблеми, перспективи*: колективна монографія / За заг. ред. В. В. Єфременко, Л. К. Лисак. Краматорськ-Івано-Франківськ : ДонНАБА, 2024. Вип. 3. 286 с. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/29778>. (дата звернення: 15.12.2025)

23. Кудря О. Громадська думка як суспільний феномен та частина інформаційної політики держави. *Теорія та практика управлінської діяльності в умовах соціокультурних трансформацій*: матеріали наук.-практ. конф. (24

квітня 2019 року, м. Старобільськ) / Ред. кол. : Л. Ц. Ваховський, Є. М. Хриков, О. І. Кравченко. Старобільськ : ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2019. С. 29–35. URL:

<https://dspace.luguniv.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/3931/Konf%20Teoria2019%20.pdf?sequence=3#page=30>. (дата звернення: 15.12.2025)

24. Кузьмук О., Любчук В. Пропаганда як зброя: соціальний дискурс. *The Russian-Ukrainian war (2014-2022): historical, political, cultural-educational, religious, economic and legal aspects: Scientific monograph*. Riga. Latvia: «Baltija Publishing», 2022. С. 976–982. URL:

<https://scholar.archive.org/work/3hes54n5a5hmjnnqsh56pqy2xq/access/wayback/http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/237/6340/13376-1>. (дата звернення: 15.12.2025)

25. Лаврик О., Гнатенко С. «Військова» / «воєнна» журналістика: особливості потрактування понять у сучасному медіапросторі. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. 2024. № 2. С. 184–188. URL: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2024/2_2024/part_2/2_2024.pdf#page=194. (дата звернення: 15.12.2025)

26. Лісовський В. М. Зовнішньополітичний імідж України та її лідера як чинник забезпечення національної безпеки країни. *Регіональні студії* / редкол.: М. М. Палінчак (голов. ред.), І. М. Вегеш, Є. І. Гайданка та ін. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2022. Вип. 28. С. 79–83. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/items/e14e4ac0-0849-4a57-ab04-6fe68c1a469b>. (дата звернення: 17.12.2025)

27. Літвінова-Михальонок Т., Побідаш І. Трансформація стандартів журналістики в умовах збройних конфліктів: між «журналістикою миру» та «журналістикою війни». *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. 2025. № 4. С. 224–230. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2025/4_2025/part_2/4_2_2025.pdf#page=234. (дата звернення: 15.12.2025)

28. Літвінчук І. Дезінформація в соціальних мережах: алгоритми протидії. *Вчені записки ТНУ імені В. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. 2023. Вип. 34.73. С. 181–186. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/1_2023/part_2/29.pdf.

(дата звернення: 17.12.2025)

29. Лозинський А. ПОГЛЯД: Прощальний список справ для президента Байдена від американського українця. *Kyiv Post*. Nov 16, 2024. URL: <https://www.kyivpost.com/uk/opinion/42323>. (дата звернення: 16.12.2025)

30. Луканов Ю. Настрої в США. Хто і як підтримує Україну і чому трампісти проти. *Texty.org.ua*. 9 серпня 2023. URL: <https://texty.org.ua/articles/110367/nastoroyi-v-ssha-hto-i-yak-pidtrymuje-ukrayinu-i-chomu-trampisty-proty/>. (дата звернення: 16.12.2025)

31. Магда Є. Міжнародний імідж України в контексті гібридної війни. *Вісник Дніпропетровського університету*. Серія: Філософія. Соціологія. Політологія. 2015. Вип. 4. С. 232–240. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/vdufsp_2015_4_34.pdf.

(дата звернення: 17.12.2025)

32. Магдик Н. Нове опитування показало несподівану позицію США щодо війни. *ТСН*. 6 грудня 2025. URL: <https://tsn.ua/svit/nove-opytuvannia-pokazalo-nespodivanu-pozytsiiu-ssha-shchodo-viyny-2972609.html>. (дата звернення: 16.12.2025)

(дата звернення: 16.12.2025)

33. Макеєва О. Засоби масової інформації як суб'єкти правової комунікації. *Юридичний вісник. Повітряне і космічне право*. 2019. Вип. 1. С. 30–36. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Npnau_2019_1_6. (дата звернення: 15.12.2025)

34. Малиш П. Що таке медіа. *Bazilic*. 21 листопада 2019. URL: <https://bazilik.media/shcho-take-media/>. (дата звернення: 15.12.2025)

35. Малінін В. Транснаціональні медіакорпорації та мультимедійні конгломерати в епоху інформаційного суспільства. *Вісник Львівського університету*. Серія Журналістика. 2025. Вип. 57. С. 106–118. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/13295>.

(дата звернення: 16.12.2025)

36. Марків О., Марків І. Воєнна розвідка і медіа: межа таємного і публічного під час війни. *Social Development and Security*. 2025. Вип. 15.5. С. 114–123. URL: <http://www.paperssds.eu/index.php/JSPSDS/article/view/939>. (дата звернення: 15.12.2025)

(дата звернення: 15.12.2025)

37. Мірошниченко І. Зовнішня політика США щодо України в умовах російсько-української війни. *Стратегічні напрями зовнішньої політики і дипломатії країн світу* : матеріали VI Всеукраїнського науково-практичного круглого столу (21 листопада 2024 року, м. Харків, Україна) [Електронний ресурс] / За ред. Н. А. Вінникової, М. І. Писаревського, В. П. Солових, Л. М. Хижняк. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2024. С. 135–139. URL:

<https://international-relations-tourism.karazin.ua/themes/irtb/resources/462aa2e9f1da22b15137989ad8c31483.pdf#page=136>. (дата звернення: 16.12.2025)

38. Мовчан К., Афанасьєва О. Етичні стандарти журналістики під час війни. *Формування сучасної науки: методика та практика*. 2024. С. 327–329. URL:

<https://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/34975/1/%D0%9E%D0%BF%D1%83%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B0%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F.%20%D0%9C%D0%BE%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BD%20%D0%9A%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B0.pdf>. (дата звернення: 15.12.2025)

39. Нікешина К., Гнаткова Ю. Вплив держави на громадську думку через ЗМІ. *VII Національний конвент*: матеріали VII Національного конвенту Міжнародної асоціації студентів політичної науки (м. Одеса, 21-22 квітня 2017

p.) / за загальною редакцією Телешуна Я.С., Яковлева Д.В. Одеса : Національний університет «Одеська юридична академія», 2017. С. 161–164. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/dd3160cd-da36-46f2-ad37-2fbdb22d2761/content#page=161>. (дата звернення: 15.12.2025)

40. Опубліковано дослідження щодо психічного здоров'я серед журналістів та вплив війни в Україні. Детектор медіа. 2 червня 2025. URL: <https://detector.media/community/article/241429/2025-06-02-opublikovano-doslidzhennya-shchodo-psykhichnogo-zdorovya-sered-zhurnalistiv-ta-vplyv-viyny-v-ukraini/>. (дата звернення: 15.12.2025)

41. Павлов Д. Політична пропаганда: до визначення поняття. *Гілея: науковий вісник*. 2013. Вип. 79. С. 328–331. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/gileya_2013_79_102.pdf. (дата звернення: 15.12.2025)

42. Панов А., Панова А. Електронні ЗМІ в США. *The 7th International scientific and practical conference «Sociological and psychological models of youth communication»* (February 18 – 21, 2025) Copenhagen, Denmark. International Science Group. 2025. С. 87–93. URL: https://www.researchgate.net/profile/Anatolij-Kabar/publication/389127450_Harakteristika_posireнна_patogeniv_hvojnih_roslin_u_Dniprovsko-Orilskomu_prirodnomu_zapovidniku_m_Dnipro_The_7th_International_scientific_and_practical_conference_Sociological_and_psychological_models/links/67b5c2a9645ef274a487f277/Harakteristika-posireнна-patogeniv-hvojnih-roslin-u-Dniprovsko-Orilskomu-prirodnomu-zapovidniku-m-Dnipro-The-7th-International-scientific-and-practical-conference-Sociological-and-psychological-mode.pdf. (дата звернення: 16.12.2025)

43. Патока М., Козирєва Т. Трамп поінформований про план для припинення війни РФ проти України та підтримує його. *Суспільне. Новини*. 20 листопада 2025. URL: <https://suspilne.media/1169728-tramp-poinformovani-j-pro>

plan-dla-pripinenna-vijni-rf-proti-ukraini-ta-pidtrimue-jogo/. (дата звернення: 16.12.2025)

44. Пахнін М. Засоби масової комунікації та засоби масової інформації: співвідношення понять. *Юридичний бюлетень*. 2018. Вип. 8. С. 65–71. URL: <https://dspace.univd.edu.ua/server/api/core/bitstreams/926516d4-67e9-4c2a-a4d2-2e194f98645d/content?trackerId=436d8a9a9db6c5b0>. (дата звернення: 15.12.2025)

45. Пеца М. Рік під знаком Трампа. Як президент США влаштував політичний землетрус і розхитав Україну та світ. BBC Україна. 14 грудня 2025. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c36zz4d6z1zo>. (дата звернення: 16.12.2025)

46. Півторак О. «Європа зробить Залужного президентом, щоб війна тривала вічно». Огляд російських фейків за 27 серпня — 2 вересня 2025 року. Детектор. медіа. 3 вересня 2025. URL: <https://detector.media/monitorynh-internetu/article/243822/2025-09-03-ievropa-zrobyt-zaluzhnogo-prezydentom-shchob-viyna-tryvala-vichno-oglyad-rosiyskykh-feykiv-za-27-serpnya-2-veresnya-2025-roku/>. (дата звернення: 17.12.2025)

47. Правила для журналістів щодо поведінки з військовими. Інститут масової інформації. 26 лютого 2022. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/pravya-dlya-zhurnalistiv-shhodo-povedinky-z-vijskovymy-i44056>. (дата звернення: 15.12.2025)

48. Проніна П. Формування національного медіапростору в умовах інформаційної війни. *Інноваційні проєкти для післявоєнного відновлення та розвитку України*: зб. доп. Ювілейної 90-ї щорічної студентської наукової конференції, 17 квітня – 20 травня 2023 р. Київ, КНЕУ, 2023. С. 158–160. URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/Department_of_Administration_and_Marketing_Personn/Kaf%20UPtaEP%20319/Naukova%20diyalnist/Zbirnyk_dopovidey_90-_stud_nauk_konf.pdf#page=158. (дата звернення: 15.12.2025)

49. Рекомендація Незалежної медійної ради № 18: Підтримка психічного здоров'я журналістів під час війни. Центр демократії та верховенства права. 9

серпня 2023. URL: <https://cedem.org.ua/library/psychichne-zdorovya-zhurnalisticiv/>.
(дата звернення: 15.12.2025)

50. Рибак Д. Канали комунікації бренду України під час війни 2022 р. *Травневі студії: історія, політологія, міжнародні відносини*. 2022. С. 61–63. URL: <https://jts.donnu.edu.ua/article/view/12465>. (дата звернення: 17.12.2025)

51. Родіонов С., Гервіц Л. Використання соціальних мереж в умовах війни. *Підприємництво і маркетинг у формуванні національної безпеки за умов сучасних глобальних викликів* : тези доповідей Економічного науково-практичного форуму (1–3 груд. 2022 р., м. Хмельницький). Хмельницький : ХНУ, 2022. С. 224–226. URL: https://mr.khmnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/35/zbirnyk-tez_ekonomichnyj-forum_1-3_grudnya_2022_hmelnyczkyj.pdf#page=225. (дата звернення: 17.12.2025)

52. Рудик М., Шайда Н. Інформація як інструмент впливу ЗМІ на громадську думку. *The 6 th International scientific and practical conference «Topical issues of modern science, society and education»*, (December 26-28, 2021) SPC, Sci-conf.com.ua, Kharkiv, Ukraine. 2021. С. 1037–1042. URL: https://www.researchgate.net/profile/Inna-Rudenko-2/publication/371990456_Sodo_metodiv_ocinki_imidzu_pidpriemstv/links/64a278e6b9ed6874a5f23b2a/Sodo-metodiv-ocinki-imidzu-pidpriemstv.pdf#page=1037. (дата звернення: 15.12.2025)

53. Руднева А., Мальована Ю. Імідж України в умовах сучасних інформаційний процесів: цифрової трансформації та становлення електронного урядування. *Вісник Львівського університету*. 2022. Вип. 42. С. 320–327. URL: http://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/42_2022/42.pdf. (дата звернення: 17.12.2025)

54. Савиченко О., Рубан О. Ресурси і ризики для психічного здоров'я журналістів у час війни. *Журнал соціальної та практичної психології*. 2024. Вип. 4. С. 17–23. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/42141/1/5.pdf>. (дата звернення: 15.12.2025)

55. Савон К. Міжнародний імідж України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Актуальні проблеми політики*. 2019. Вип. 64. С. 180–193. URL: <http://app.onua.edu.ua/index.php/app/article/view/196>. (дата звернення: 17.12.2025)
56. Сальнікова Н., Ляшенко П. Пропаганда в медіапросторі: виклики сьогодення. *Суспільно-політичні трансформації у XXI столітті: локальні, національні та глобальні контексти* : збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції (18 квітня 2024 р.) / під заг. ред. М. Трофименка. К. : МДУ, 2024. С. 79–81. URL: https://repository.mu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7384/1/susp-pol_transf_konf_2024.pdf#page=79. (дата звернення: 15.12.2025)
57. Сафарян Н. Вплив засобів масової інформації на формування громадської думки. *Український соціум: соціально-політичний аналіз сучасності та прогноз майбутнього* : зб. матеріалів XXIV Всеукр. наук. конф. викладачів, молодих науковців і студентів (м. Харків, 25 листоп. 2022 р.) / М-во освіти і науки України ; Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого ; Харків. асоц. політологів. Харків : Право, 2022. С. 166–168. URL: <https://philpapers.org/archive/TRESJO.pdf#page=166>. (дата звернення: 15.12.2025)
58. Скріни із соціальних мереж та реальні дії: як американці продовжують допомагати Україні. *Армія. Inform*. 28 листопада 2025. URL: <https://armyinform.com.ua/2025/11/28/skriny-iz-soczialnyh-merezh-ta-realni-diyi-yak-amerykanczi-prodovzhuyut-dopomagaty-ukrayini/>. (дата звернення: 17.12.2025)
59. Стародуб С. Інформаційні війни та системи захисту в умовах глобалізаційних процесів. *Держава та регіони*. Серія: Соціальні комунікації. 2018. Вип. 3. С. 27–31. URL: http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=drsk_2018_3_7. (дата звернення: 15.12.2025)
60. Степанчук М. Роль ЗМІ у формуванні громадської думки. *Соціально-гуманітарний вісник*. 2023. Вип. 45. С. 36–37. URL: <https://www.researchgate.net/profile/Oleksandr->

[Bezruchko/publication/380365165_Stvoreнна_muziki_do_filmu_z_vikoristannam_virtualnih_elektronnih_instrumentiv_teoreticni_ta_practicni_aspekti_Creating_music_for_a_film_using_virtual_electronic_instruments_theoretical_and_practical_a/links/6638dc3706ea3d0b7429b043/Stvoreнна-muziki-do-filmu-z-vikoristannam-virtualnih-elektronnih-instrumentiv-teoreticni-ta-practicni-aspekti-Creating-music-for-a-film-using-virtual-electronic-instruments-theoretical-and-practical-a.pdf#page=36](https://www.donnu.edu.ua/Bezruchko/publication/380365165_Stvoreнна_muziki_do_filmu_z_vikoristannam_virtualnih_elektronnih_instrumentiv_teoreticni_ta_practicni_aspekti_Creating_music_for_a_film_using_virtual_electronic_instruments_theoretical_and_practical_a/links/6638dc3706ea3d0b7429b043/Stvoreнна-muziki-do-filmu-z-vikoristannam-virtualnih-elektronnih-instrumentiv-teoreticni-ta-practicni-aspekti-Creating-music-for-a-film-using-virtual-electronic-instruments-theoretical-and-practical-a.pdf#page=36). (дата звернення: 15.12.2025)

61. Столяренко Д. Місце України в доктрині Байдена. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. 2021. Вип. 2.13. С. 67–70. URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/11207>. (дата звернення: 16.12.2025)

62. Стратегія США багато змінює для України та Європи. Буде важко, але не безнадійно. Укрінформ. 9 грудня 2025. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/4067792-strategia-ssa-bagato-zminue-dla-ukraini-ta-evropi-bude-vazko-ale-ne-beznadijno.html>. (дата звернення: 17.12.2025)

63. Тесля О. Путін хоче захопити всю Україну: у Трампа зробили тривожну заяву. Главред. 17 грудня 2025. URL: <https://glavred.net/world/putin-hochet-zahvatit-vsju-ukrainu-u-trampa-sdelali-trevozhnoe-zayavlenie-10724792.html>. (дата звернення: 16.12.2025)

64. Тихоненко І. В. Допомога Україні як інструмент позиціонування США на міжнародній арені. *Політикус* : наук. журнал. 2023. № 1. С. 136–141. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/handle/123456789/17740>. (дата звернення: 16.12.2025)

65. Тодоров І., Тодорова Н. Перші 100 днів другої каденції Трампа: зовнішня політика США та динаміка російсько-української війни. *Геополітичні пріоритети України*. 2025. Вип. 1 (34). С. 21–32. URL: <http://geopolitics-of-ukraine.uzhnu.edu.ua/article/view/333290>. (дата звернення: 16.12.2025)

66. Хорошко В. Інформаційна зброя як інструмент інформаційної війни. *Ukrainian Information Security Research Journal*. 2022. Вип. 24.2. С. 50–58. URL: <https://jrnl.nau.edu.ua/index.php/ZI/article/view/16930>. (дата звернення: 15.12.2025)

67. Хотин Р. «Врятував Україну та її народ від знищення». Чим Джо Байден запам'ятається Україні. Радіо Свобода. 22 липня 2024. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/baiden-ukrayina-chym-zapamyatayetsya/33046112.html>. (дата звернення: 16.12.2025)

68. Циганенко В., Балалаєва О. Вплив соціальних мереж на глобальне сприйняття України. *Міжнародна і міжкультурна комунікація у формуванні іміджу України: стратегії розвитку*: зб. матеріалів Міжнародної наук.-практ. конф. Частина 2. Київ, 01 травня, 2025 р. Київ: Міленіум, 2025. С. 172–173.

69. Цурканова І. Імідж України в умовах війни та міжнародна політична підтримка. *Науково-теоретичний альманах Грані*. 2023. Вип. 26.3. С. 87–93. URL: <https://grani.org.ua/index.php/journal/article/view/1888>. (дата звернення: 17.12.2025)

70. Чернадчук Т., Василенко Д. Окремі теоретико-правові питання щодо підвищення іміджу України на міжнародному рівні. *Молодий вчений*. 2024. Вип. 6 (130). С. 163–168. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/6238>. (дата звернення: 17.12.2025)

71. Чернявська Л. Соціальна відповідальність медіа в умовах російсько-української війни. *Держава та регіони*. 2022. Вип. 3. С. 59–65. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/drsk_2022_3_10.pdf. (дата звернення: 15.12.2025)

72. Чурилова К. Більшість громадян США позитивно ставиться до України. Zaxid.net. 24 лютого 2025. URL: https://zaxid.net/bilshist_gromadyan_ssha_pozitivno_stavitsya_do_ukrayini_n1604571. (дата звернення: 16.12.2025)

73. Шевців М., Гончарук К. Пропаганда як соціально-політичне явище: проблеми розуміння. *Південноукраїнський правничий часопис*. 2019. Вип. 1. С. 119–122. URL:

<https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/5999/1/%D0%A8%D0%B5%D0%B2%D1%86%D1%96%D0%B2%2031.pdf>. (дата звернення: 15.12.2025)

74. Шевченко С. «Ми ніколи не давали Україні усього, що вона потребувала». Інтерв'ю із посадовицею адміністрації Обами. Радіо Свобода. 18 червня 2025. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/ssha-ukrayina-obama-evelyn-farkas-interview/33446034.html>. (дата звернення: 16.12.2025)

75. Шпачинський І., Воронюк К. Медіафілософія: деякі аспекти філософського осмислення поняття «медіа». *Молодий вчений*. 2020. Вип. 12 (88). С. 251–254. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/59>. (дата звернення: 15.12.2025)

76. Шпиґа П., Рудник Р. Основні технології та закономірності інформаційної війни. *Проблеми міжнародних відносин*. 2014. Вип. 8. С. 326–339. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Pmv_2014_8_22.pdf. (дата звернення: 15.12.2025)

77. Щурко О. Функціональні аспекти образу держави на сучасному етапі. *SPACE/Society, Politics, Administration in Central Europe*. 2017. Вип. 4. С. 22–26. URL: <http://space.onua.edu.ua/index.php/space/article/download/63/59>. (дата звернення: 16.12.2025)

78. Юрченко О., Лисенко Т. Роль соціальних мереж та інших цифрових платформ у комунікації під час війни. *Наукові інновації та передові технології*. 2024. Вип. 7 (35). С. 990–1001. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/49452/1/O_Yurchenko_%20L%20Lusenko_%20O_Sohackuy__NIPT_2024_FEU.pdf. (дата звернення: 17.12.2025)

79. Chernova A., Krebs K. Putin demands more land to end Ukraine war, terms Kyiv rejects as ‘complete sham. CNN. June 14, 2024. URL: <https://amp.cnn.com/cnn/2024/06/14/europe/putin-conditions-peace-talks-ukraine-intl>. (дата звернення: 16.12.2025)

80. Citizen soldiers: Ukraine's residents prepare to defend cities. Reuters. March 18, 2022. URL: <https://www.reuters.com/news/picture/citizen-soldiers-ukraines-residents-prep-idJPRTS6E1J0/>. (дата звернення: 16.12.2025)

81. Deadliest civilian attacks in Russia's invasion of Ukraine. Reuters. Oct 5, 2023. URL: <https://www.reuters.com/world/europe/deadliest-civilian-attacks-russias-invasion-ukraine-2023-10-05/>. (дата звернення: 16.12.2025)

82. Dusa Yu. Ukraine says Russia launches large mechanized assault in Pokrovsk. Reuters. Dec 10, 2025. URL: <https://www.reuters.com/world/europe/ukraine-says-russia-launches-large-mechanized-assault-pokrovsk-2025-12-10/>. (дата звернення: 16.12.2025)

83. Experts react: What Trump's National Security Strategy means for US foreign policy. Atlantic Council. URL: <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/new-atlanticist/experts-react/experts-react-what-trumps-national-security-strategy-means-for-us-foreign-policy>. (дата звернення: 17.12.2025)

84. Faulconbridge G. Exclusive: Putin's demand to Ukraine: give up Donbas, no NATO and no Western troops, sources say. Reuters. August 22, 2025. URL: <https://www.reuters.com/world/china/putins-demand-ukraine-give-up-donbas-no-nato-no-western-troops-sources-say-2025-08-21/>. (дата звернення: 16.12.2025)

85. For Americans in Ukraine, Opportunity and the Lure of Combat. The New York Times. Sept. 7, 2025. URL: <https://www.nytimes.com/2025/09/07/world/europe/ukraine-american-volunteers.html>. (дата звернення: 15.12.2025)

86. Hunder M., Mason J. Russia launches war's largest air attack on Ukraine, kills at least 12 people. Reuters. May 26, 2025. URL: <https://www.reuters.com/business/aerospace-defense/russian-drone-fragments-set-kyiv-apartment-building-ablaze-official-says-2025-05-24/>. (дата звернення: 16.12.2025)

87. Inside Zelensky's World. TIME. Apr 28, 2022. URL: <https://time.com/6171277/volodymyr-zelensky-interview-ukraine-war/>. (дата звернення: 16.12.2025)

88. Media Web Reputation Ranking. SCImago Media Rankings. URL: <https://www.scimagomedia.com/rankings.php>. (дата звернення: 15.12.2025)
89. Menon R. Is the risk of nuclear escalation rising between Russia and the west?. The Guardian. Jun 10, 2024. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/article/2024/jun/10/nuclear-escalation-russia-ukraine>. (дата звернення: 16.12.2025)
90. Putin demands more Ukrainian land to end war; Kyiv rejects 'ultimatum'. Reuters. June 14, 2024. URL: <https://www.reuters.com/world/europe/putin-says-west-needs-find-way-work-with-russia-2024-06-14/>. (дата звернення: 16.12.2025)
91. Randolph M. The Cost Of War: Ukraine's New Strategy Is Impacting Gas Prices. Forbes. Sep 17, 2025. URL: <https://www.forbes.com/sites/mattrandolph/2025/09/17/the-cost-of-war-ukraines-new-strategy-is-impacting-gas-prices>. (дата звернення: 16.12.2025)
92. Russian airstrike on east Ukraine village kills 24 pensioners. Reuters. Sep 9, 2025. URL: <https://www.reuters.com/world/europe/russian-airstrike-east-ukraine-village-kills-24-pensioners-2025-09-09/>. (дата звернення: 15.12.2025)
93. Russian attack on Ukraine's Zaporizhzhia injures 26, governor says. Reuters. Dec 17, 2025. URL: <https://www.reuters.com/business/aerospace-defense/russian-attack-ukraines-zaporizhzhia-injures-26-governor-says-2025-12-17/>. (дата звернення: 17.12.2025)
94. Russian missiles hit Ukrainian city of Sumy while Palm Sunday celebrations were underway. CBS News. April 14, 2025. URL: <https://www.cbsnews.com/news/russia-missiles-strike-sumy-ukraine-palm-sunday/>. (дата звернення: 15.12.2025)
95. The New York Times photo project «Stolen Children of Ukraine». Save Ukraine. URL: <https://www.saveukraineua.org/news/the-new-york-times-photo-project-stolen-children-of-ukraine/>. (дата звернення: 15.12.2025)
96. The U.S. media and entertainment (M&E) industry. SelectUSA. URL: <https://www.trade.gov/selectusa-media-and-entertainment-industry>. (дата звернення: 15.12.2025)

97. Ukraine Makes 'Tactically Significant' Progress in Its Counteroffensive. The New York Times. Aug. 12, 2023. URL: <https://www.nytimes.com/2023/08/12/world/europe/russia-ukraine-war.html>. (дата звернення: 16.12.2025)

98. Ukraine's Zelenskiy says he wants America to be strong, vows to counter Russian narratives. Reuters. March 27, 2025. URL: <https://www.reuters.com/world/europe/ukraines-zelenskiy-says-he-wants-america-be-strong-vows-counter-russian-2025-03-27/>. (дата звернення: 15.12.2025)

99. UK's Starmer says Europe is strong and united behind Ukraine. Reuters. Dec 10, 2025. URL: <https://www.reuters.com/world/uks-starmer-says-europe-is-strong-united-behind-ukraine-2025-12-10/>. (дата звернення: 15.12.2025)

100. US Refuses to Blame Russia for Ukraine War in Extraordinary Break With Allies. Bloomberg. Feb 25, 2025. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2025-02-24/g-7-may-forgo-joint-statement-in-rupture-over-ukraine-stance>. (дата звернення: 16.12.2025)

101. Wintour P. Why US double standards on Israel and Russia play into a dangerous game. The Guardian. Dec 26, 2023. URL: <https://www.theguardian.com/us-news/2023/dec/26/why-us-double-standards-on-israel-and-russia-play-into-a-dangerous-game>. (дата звернення: 15.12.2025)

102. Zelenskiy says Russia must be held responsible for 'crime of aggression'. Reuters. Dec 16, 2025. URL: <https://www.reuters.com/world/europe/zelenskiy-says-russia-must-be-held-responsible-crime-aggression-2025-12-16/>. (дата звернення: 16.12.2025)