

facts can be considered as the main basis for a perception of information in the context of the problems that media space faces in Ukraine today.

#### **literature**

1. Johnson J.H. *Some Observations about Teaching Critical Thinking. CT News. Critical Thinking Project. – California State University, Sacramento. – 1985. – Vol. 4, №1. – P. 3-16.*

2. Вебстер М. *Практичний посібник для журналістів [Електронний ресурс] / Марк Вебстер // British Embassy Kyiv – Режим доступу до ресурсу: [http://www.thomsonfoundation.org/media/33402/ukraine-1203bleed\\_ukr\\_preview.pdf](http://www.thomsonfoundation.org/media/33402/ukraine-1203bleed_ukr_preview.pdf).*

3. *Довіряй, але перевірай. Медіаграмотність в українському суспільстві – Київ, 2017. – 136 с. – (Pictoric).*

4. *Медіаграмотність та критичне мислення на уроках суспільствознавства: посібник для вчителя / Т. Бакка, О. Бурім, О. Волошенко, Р. Свтушенко, Т. Мелещенко, О. Мокрогуз; За ред. В. Іванова, О. Волошенко. – К. : ЦВП, АУП, 2016. – 243 с.*

**Христина Бахурська –**

студентка напряму «журналістика»  
НУ «Львівська політехніка» ІНПП

*Науковий керівник:*

докт. філол. н., проф.

**О.Д. Кузнецова**

### **ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ «УКРАЇНЬСЬКА ПРАВДА» НА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНИ У СВІТІ В КОНТЕКСТІ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ (ЗА ПЕРІОД 2018 р. – ПЕРШОГО ПІВРІЧЧЯ 2019 р.)**

У сучасному світі ЗМІ стали основними інструментами впливу на суспільну свідомість, відтак ключову роль у формуванні репутації держави відіграють саме мас-медіа. Варто зазначити й те, що особливу роль репутація відіграє для тих країн, які перебувають в етапі розвитку, намагаючись при цьому наздогнати тих, які вже давно, так би мовити, в авангарді. У соціальному, економічному та політичному сенсах Україна відноситься до першої категорії країн, надто в умовах воєнного конфлікту. Відтак, способи

та методи ретрансляції України на сторінках онлайн-медіа «Українська правда» в контексті складних громадянських та політичних процесів мають колосальний вплив на формування образу цієї країни в очах міжнародної спільноти. *«Позиціонування держави у світі та її репутація в очах світової спільноти є капіталом, який дозволяє просувати свої національні інтереси на міжнародній арені»* – так розглядає цю проблему Тетяна Попова, експерт зі стратегічних комунікацій ГО «Інформаційна безпека», колишній заступник міністра інформаційної політики України.

Дослідженням стратегій та особливостей міжнародного іміджу України займалися дослідники Бойко О. В., Голік О. В., Антонюк О. В., та Вербицька Г. Значення впливу мас-медіа на національний та міжнародний образ держави вивчали Семченко О. А., Гурковський В. І., Терещук В. І., Терещук М. І. та Чекалюк В. В.

**Наукова новизна** дослідження полягає у виявленні інструментів впливу авторитетних національних засобів масової інформації на сприйняття держави світовою спільнотою, з'ясуванні механізмів, що дозволяють виправити хибні уявлення про Україну на прикладі конкретних журналістських матеріалів. Адже у мас-медіа є чи найбільший потенціал впливу на зміну стереотипних чи викривлених російською пропагандою, уявлень про нашу державу.

Приймаючи до уваги три основні складові іміджу, як такого, а це – соціальна, політична та економічна – то можна також стверджувати, що ретранслятором усіх складових та навіть їх каталізатором є саме ЗМІ. Саме тому розвинені країни світу найбільшу увагу приділяють продумуванню державної стратегії в сфері інформаційної політики. В Україні ця стратегія опирається на "Державній цільовій програмі формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року", відповідно, "Українська правда", як одне із найбільш респектабельних Інтернет-ЗМІ країни, несе відповідальність за виконання основного завдання програми – збільшенні позитивних публікацій про Україну. Забігаючи наперед, варто зазначити, що "Українська правда" орієнтується у своїй інформаційній діяльності не лише на цей аспект, адже це призвело б до "цензурування за замовчуванням". Умовно публікації цього мас-медіа можна підпорядкувати трьома завданням:

- ~ орієнтація на державну стратегію просування та пропагування позитивного іміджу країни для міжнародної спільноти;
- ~ дотримання редакційних принципів та орієнтирів щодо висвітлення реальності;
- ~ усвідомлення значущості протидії ворожій пропаганді.

Відповідно до цього поділу, визначення стратегії просування позитивного іміджу нашої держави на сторінках Інтернет-ЗМІ "Українська правда" підпорядковується, знову ж таки, "Державній цільовій програмі", власному редакційному статуту та факту ведення РФ агресивної гібридної війни. Наступним після руйнування фейків способом нейтралізації неправдивих та пропагандистських уявлень про Україну, що поширює у світі Росія, є їх спростування на сторінках "Української правди" у вигляді висвітлення об'єктивних заяв та позицій впливових представників країн цивілізованого світу. Цей метод "Українська правда" часто накладає на просування намірів і обґрунтування підстав інтегрування нашої держави в Європейський Союз, що також є репутаційно важливим моментом представлення України, як рівноправного політичного гравця на міжнародній арені.

Прикладом може слугувати заклик-маніфест від 14 березня 2019 року "Завдання для всіх: як Україні лобіювати своє членство в ЄС", у якому автор, Олена Карбу, закликає до консолідації щодо створення не лише видимості позитивного іміджу нашої держави, а до докорінних змін, які свідчитимуть про нашу готовність виступати повноправним членом Європейського Союзу. "Перше, чого ми маємо добитися – це позиціонування України як країни, яка проходить ті самі періоди свого становлення, розвитку та боротьби, які інші країни ЄС пройшли століття або десятиріччя тому", – основний акцент статті авторки. Ця робота, як на мене, є найбільш репрезентативною демонстрацією цілей редакції цього Інтернет-медіа, адже вона є зверненням не лише до владних структур, які напряму впливають на євроінтеграційний процес, а й до кожного українця, що бажає жити в громадянському суспільстві, яке має голос і авторитет у світі.

Всі цілі та завдання, які має відображати національне Інтернет-медіа в контексті гібридної війни, "Українська правда" інтегрувала у власне бачення журналістики та редакційний статут, тим самим створила унікальний інформаційний "мікроклімат", який дозволив виконати ключову мету всієї української журналістики, в умовах війни – це консолідація суспільства та похідні від неї демократизація країни, руйнування впливу репутаційного викривлення іміджу України країною-агресором.

### **Література**

1. Губерський Л.В. *Імідж України міжнародний// Українська дипломатична енциклопедія у 2-х т. / Редкол.: Л.В.Губерський (голова) та ін. – К.: Знання України, 2004. – Т.1. – С. 542 – 543.*
2. *Інформаційна політика України: європейський контекст: монографія / Л.В. Губерський, Є.С. Камінський, Є.А. Макаренко та ін. – К.: Либідь, 2007. – 360 с.*

3. Карбу О. Завдання для всіх: як Україні лобіювати своє членство в ЄС/ Карбу О// Українська правда. – 14.03.2019 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2019/03/14/7093930/>

4. Підлуська І. Україна в світовому інформаційному просторі // Українська журналістика в контексті світової: Зб. наукових праць. – К., 2001. – Вип.5

5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/554-2009-%D0%BF>

6. Чалий В. Міжнародний імідж України: оцінки експертів / В. Чалий // Національна безпека і оборона. – 2000. – № 3. – С. 17–26.

7. Богуш Д. В ЄСіснує стереотип України – тут все погано і нічогохорошого бути не може / Д. Богуш [Електронний ресурс]. – Режим доступу до джерела: <http://www.unn.com.ua/ua/exclusive/780305-d.-bogush:-v-es-ismue-stereotip-ukrayini---tut-vsepogano-i-nichogo-horoshogo-buti-ne-mogee>

**Віталій Бень –**

студент напряму «журналістика»  
НУ «Львівська політехніка» ІНПП

*Науковий керівник:*

канд. н. з соц. ком., доц.  
доцент кафедри ЖЗМК

**М.О. Кіца**

## **МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНИХ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ РЕАЛІТІ – ШОУ (НА ПРИКЛАДІ ПРОГРАМ ТЕЛЕКАНАЛІВ: “СТБ”, “НОВИЙ КАНАЛ”, “1+1” ЗА 2018 РІК )**

У сучасному інформаційному світі ЗМІ виконують головну інформативну функцію в суспільстві. З розвитком засобів масової інформації вплив на людську свідомість починає зростати. Зараз ЗМІ є не лише способом висвітлення громадської думки, а й засобом її формування. В умовах інформаційного суспільства та глобалізації ЗМІ є не