

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ
КОМУНІКАЦІЙ

Кафедра журналістики та філології

**СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНА СКЛАДОВА ЄВРОПЕЙСЬКОГО
ІМІДЖУ УКРАЇНИ (на прикладі інтернет порталу «DEUTSCHE WELLE»)
The Socio-communicative Component of Ukraine's European Image (on
the Example of the Deutsche Welle Information Portal)**

Кваліфікаційна робота студентки
освітнього ступеня «Магістр»
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми «Журналістика»,
групи ЖТм–01

Немеш Валентини Михайлівни

Науковий керівник:

Сипченко Інна Володимирівна,

канд. наук із соц. комунік

Суми 2021

Немеш В. Соціокомунікаційна складова європейського іміджу України (на прикладі інтернет порталу «DEUTSCHE WELLE») [Текст]: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра; спец.: 061 – журналістика / В. Немеш; наук. керівник І. В. Сипченко. – Суми: СумДУ, 2021. – 61 с.

Автор розкриває зміст і соціокомунікаційну сутність матеріалів порталу Deutsche welle; визначає основну проблематику контенту; розглядає чинники, які визначають зміст публікацій; розкриває функціональні властивості матеріалів та окреслює їхнє основне тематичне спрямування. Основна мета кваліфікаційної роботи – визначити жанрово-тематичні властивості та проблематику матеріалів, які стосуються України, розкрити функціонально-типологічні риси поданої інформації.

Ключові слова: інформаційний портал Deutsche welle, проблематика ЗМІ, тематика, медійний імідж.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ I.....	7
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ НОВИНИХ МАТЕРІАЛІВ	7
1.1. Проблематика контенту медіа як наукова проблема та засіб впливу на громадську думку	7
1.2. Методологічні засади дослідження.....	16
1.3. Соціокомунікаційна сутність Інтернет порталу Deutsche welle	24
РОЗДІЛ 2	29
ПРОБЛЕМНО-ТЕМАТИЧНЕ СПРЯМУВАННЯ УКРАЇНСЬКОГО НОВИННОГО КОНТЕНТУ ПОРТАЛУ DEUTSCHE WELLE	29
2.1. Професійні стандарти журналістики у розрізі аналізу контенту DW	29
2.2. Політично-військова проблематика Deutsche Welle	34
2.3. Новини про ситуацію, пов'язану з пандемією COVID-19	44
2.4. Суспільна тематика.....	48
2.5. Новини економіки.....	51
ВИСНОВОК	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58

ВСТУП

В інформаційну епоху можливості масової комунікації перетворилися на інструменти PR-технологів, політичних технологів, PR-менеджерів, спічрайтерів для впливу на поведінку суспільства за допомогою всіляких психологічних прийомів. Сьогодення диктує умови тісної, постійної та різноманітної взаємодії суспільства та засобів масової інформації. ЗМІ у різних країнах не зводяться лише до висвітлення інформації про культурне або політичне життя суспільства, вони пропонують читачам інший, інтерактивний формат, де реципієнт може взаємодіяти. Складно уявити сучасне політичне, військове, культурне життя без журналістики, адже ЗМІ стали називати привілейованою культурною формою, саме це вимагає високої якості, точності, правдивості.

Для України, яка перебуває в стані політичної кризи, військового конфлікту на Сході країни, але сповідує європейські цінності, прагне вступити до ЄС і НАТО, дуже важливою є позитивна політична, економічна і соціокультурна репутація на міжнародному рівні. Видається закономірним, що медіаконтент авторитетних на міжнародній арені країн впливає на суспільну свідомість, на світосприйняття і поведінку громадян як європейських країн, так і за їх межами, визначає вектори оцінки важливих суспільно-політичних явищ і подій і, як наслідок, формує імідж України в європейському комунікаційному просторі.

Матеріали, які публікують ЗМІ, дають можливість реципієнтам бути залученими в соціальну дійсність країни. Тому одним із завдань дослідження перед науковцями стоїть відповідь на питання про те, чи формують ЗМІ інтереси різних груп людей, громадську сферу і з якою метою. Для вирішення такого завдання більшість науковців вивчають зміст газетних та інших матеріалів для виявлення редакційної політики конкретних видань, способів і методів її реалізації.

Вивченням контенту закордонних ЗМІ, який стосується українських реалій та проблематики впливу ЗМІ на аудиторію, займалися С. Андрусів, О. Бойко, І. Гаврилюк, В. Євтух, Т. Ковальова, М. Петрова, О. Сидоренко, І. Сипченко, О. Ткаченко та інші.

Щоб визначити, який медіаобраз України формується в європейському інформаційному просторі, ми здійснили контент-аналіз інтернет-порталу української редакції «Deutsche Welle», проаналізувавши понад 50 новинних матеріалів, які були опубліковані протягом одного тижня.

Мета дослідження – визначити жанрово-тематичні властивості та проблематику матеріалів, які стосуються України, розкрити функціонально-типологічні риси поданої інформації.

Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких завдань:

- 1) розкрити зміст проблематики контенту як наукової проблеми;
- 2) визначити соціокомунікаційну сутність порталу Deutsche welle
- 3) розглянути чинники, які зумовлюють зміст публікацій;
- 4) розкрити функціональні властивості матеріалів та окреслити їхнє основне тематичне спрямування.

Об'єктом дослідження є новинний контент інтернет-порталу української редакції «Deutsche Welle».

Предмет дослідження – жанрово-тематичні аспекти та проблематика публікацій про Україну, що зрештою і формують імідж України в європейському медійному просторі.

Джерельна база дослідження: 57 публікацій на сайті «Deutsche Welle» у період з 01.04.2021 по 07.04.2021 (включно).

Методи дослідження: Основним методом дослідження обрано контент-аналіз, який у поєднанні із описовим методом та методом статистичного аналізу, даних дав змогу визначити функціональні риси та з'ясувати жанрово-тематичні властивості новинних матеріалів.

Наукова новизна полягає у спробі окреслити жанрово-тематичні особливості та проблематику матеріалів, представлених на сайті німецького

порталу «Deutsche welle», визначити їхню роль у формуванні соціокомунікаційної складової іміджу України в європейському медійному просторі.

Практичне значення. Результати дослідження, емпіричні дані можна використовувати у навчальних матеріалах при викладанні дисциплін циклу професійної та практичної підготовки для студентів освітніх програм «Журналістика», «Реклама та зв'язки з громадськістю».

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, списку використаних джерел та висновків. Загальний обсяг роботи 61 сторінок. Обсяг основної частини 54 сторінки.

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ НОВИННИХ МАТЕРІАЛІВ

1.1. Проблематика контенту медіа як наукова проблема та засіб впливу на громадську думку

У 21 столітті сучасні ЗМІ дають можливість кожному споживати інформацію з будь-якого кінця світу, Інтернет дає змогу транслювати аудіовізуальні продукти на найбільші відстані. Темпи виробництва інформації сьогодні постійно зростають, звичайно ці процеси позитивні, але парадокс у тому, що цей великий прогрес знижує рівень інформованості людей. Інформація сьогодні збільшується до таких обсягів, з якими просто неможливо зробити якісну обробку. Таким чином, звичні для людей пошукові сервіси втрачають актуальність, причиною є постійна нова інформація, яка оновлюється не регулярно.

Журналістика стикається з безліччю проблем у 21 столітті, оскільки традиційні бізнес-моделі стають дедалі ненадійнішими, а Інтернет стає переповненим потоком інформації. В епоху цифрових технологій одне з найскладніших завдань полягає в тому, щоб змінити процеси та редакційні обов'язки самої журналістики. З настанням епохи Web 2.0 обмін інформацією з мільйонами користувачів мережі по всьому світу за лічені секунди став реальністю для всіх, хто має доступ до Інтернету.

ЗМІ є одними з найважливіших механізмів інтеграції в суспільство та культуру держави. Вони пропонують інформацію, розваги та. Добре чи погано, медіа допомагають визначити наші світогляди, знання та поведінку як особистості та наші дії як соціальних акторів. Часто вплив ЗМІ обговорюється в контексті окремих осіб; однак медіа впливають і зазнають впливу соціальних груп, інституцій та соціальних контекстів. Засоби масової інформації є впливовими через їх широке охоплення та сукупний ефект впливу медіа-

повідомлень з часом. Медіа-інституції організовані та структуровані так, щоб одночасно охоплювати найбільшу кількість людей подібними повідомленнями. Таким чином, засоби масової інформації мають владу, яка, можливо, не має собі рівних серед інших інституцій, навіть сімейних чи релігійних організацій. Вплив ЗМІ на наш світогляд у сфері релігії, політики, сім'ї, освіти та здоров'я охоплює як особисте, так і суспільне життя. Вплив на здоров'я населення може відбутися або шляхом навмисних зусиль державних установ охорони здоров'я, щоб повідомити про ризики, профілактику та лікування, або через регулярне використання ЗМІ для новин чи розваг.

Очевидно, що розуміння впливу ЗМІ на здоров'я населення вимагає визначення того, як ЗМІ формують здоров'я людини та соціальний контекст. Крім того, необхідно зосередити увагу на впливі ЗМІ на соціальних суб'єктів та державну політику [37].

Питання про вплив засобів масової інформації у більш широкому розумінні включає відносини між засобами масової інформації, політикою та громадськістю, використання засобів масової інформації для кампаній громадського здоров'я або для пропаганди чи освітніх цілей, серед багатьох інших питань.

Негативний вплив засобів масової інформації на суспільство може підвести людей до бідності, злочинності, насильства, серйозних психічних та фізичних розладів здоров'я. Наприклад, звичайними явищами стали масові напади на безневинних людей. Неавторизовані заголовки новин є найяскравішим прикладом негативного впливу ЗМІ на суспільство. Крім того, випадки, коли діти вбивають безневинних людей за допомогою зброї, вважаються одним із основних негативних наслідків засобів масової інформації для дітей, оскільки вони зазвичай захоплюються провокацією новин, бойовиками та іграми.

Звичайно, бувають ситуації, коли ЗМІ впливають позитивно. Наприклад, люди, які допомагають один одному в ситуаціях стихійного лиха, заохочують допомагати дітям та дорослим, зараз все більше добровольців приходять на допомогу нужденним. Крім того, в іграх на основі вікторин, освітніх новинах та

подібних програмах підкреслюється позитивний вплив засобів масової інформації, що підвищують грамотність аудиторії. Одним із позитивних факторів впливу ЗМІ на суспільство є їхнє право на інформацію. Сьогоднішнє покоління набагато більш освічене та обізнане про свої права, що допомагає їм отримувати різні особисті та професійні вигоди.

Люди зазвичай отримують різну інформацію з прямих чи непрямих джерел, але у будь-якому разі вплив ЗМІ явно помітний у суспільстві. Позитивні чи негативні ефекти ЗМІ у деяких випадках можуть мати вирішальне значення. Це одна з основних причин, через яку громадяни стикаються з ситуаціями заборони трансляцій новин та інтернет-послуг під час деяких делікатних ситуацій у місті.

Однією з найважливіших функцій медіа завжди було надання об'єктивної інформації, за допомогою якої читач може скласти реальну картину сьогодення, гарантування права публічно висловлюватися, відстоювати свою позицію, забезпечення свободи думки і слова. [6, с.8]; Г. Почепцов стверджує, що засоби масової інформації можуть формувати свідомість, поведінку людей. ЗМІ мають стати громадським спостерігачем, представником реципієнта і джерелом інформації. [14, с.270].

Вплив контенту ЗМІ на свідомість реципієнтів почали вивчати давно, але з часом технічні можливості засобів масової інформації значно покращилися і це дало змогу розширити кордони впливу на споживачів, адже масова свідомість дуже легко піддається маніпуляції. Маса діє без власної думки, бо можливість думати теоретично унеможлиблюється під дією маси, тому ЗМІ потрібну думку закладають ззовні, під тиском, при цьому використовуючи інструменти професійного маніпулювання.

Для забезпечення сприйняття читачами поданої інформації медіа використовують певний алгоритм дій. Перший етап — відбір релевантних, актуальних тем гідних для публікації (конфлікти, катастрофи, життя знаменитостей), такі теми зазвичай продукують яскраве емоційне вираження у реципієнта. На другому етапі експресивність підсилюється для того, щоб

зробити інформацію суб'єктивною, тобто адаптованою для сприйняття кожним читачем і усунути зайві питання між змістом матеріалу та сумнівами аудиторії в його правдивості [17, с. 212-213].

Учені зацікавилися впливом ЗМІ на суспільство у 20-их роках минулого століття. Теорії пропаганди стали першими теоріями, які досліджували прийняті серйозні рішення реципієнтів після впливу засобів масової інформації. Роботи У. Ліпмана та Г. Лассуела продемонстрували найбільш впорядковані результати.

У 1922 році в книзі «Громадська думка» У. Ліпман стверджував, що існує прямий зв'язок між публікаціями в ЗМІ та уявленнями в головах людей [11], а у 1963 році Б. Коен зазначив, що преса не завжди успішна, коли розповідає людям, що думати, але неймовірно успішна, коли розповідає читачам, про що думати.

Люди здатні вірити матеріалам медіа, яке викликає у них довіру. Думка та ставлення реципієнтів до певної проблеми буде формуватися відповідно до контенту, який транслює певне ЗМІ. Чим більше медіа говорить про проблему, тим більшої вагомості для читача вона набуває, відповідно ця проблема сприймається як найважливіша. Саме цей ефект М. МакКобс і Д. Шоу називали «Теорією порядку денного». У основі теорії лежить механічне запам'ятовування інформації, яка найчастіше з'являється у матеріалах газет, журналів, ТБ та Інтернеті. Теорія порядку денного дає розуміння того, що ЗМІ можуть нав'язати аудиторії «потрібні» проблеми, але вони не можуть приховувати проблеми, які дійсно існують і відгукуються у реципієнта на основі пережитого досвіду, таким чином задати певні пріоритети просто так неможливо. Проблема в тому, що ненав'язливих, але серйозних проблем існує багато, але одні потрапляють до медіа і, отже, закріплюються у свідомості людей як важливі і гострі, в той час як інші або ніколи не потрапляють до порядку денного, або швидко витісняються з нього [27].

Автори теорії М. МакКобс і Д. Шоу в дослідженні американських президентських виборів 1968 року прийшли до висновку, що питання, представлені на той момент в ЗМІ як найбільш важливі, займали перші позиції на шпальтах. Свої висновки М. МакКобс і Д. Шоу опублікували в 1972 році у

виданні «Public Opinion Quarterly», після чого вийшло ще понад 400 досліджень щодо встановлення засобами масової інформації порядку денного.

Якщо запозичити фразу В. Ліппмана, «картинки в наших головах», порядок денний або інші об'єкти, представлені засобами масової інформації, впливають на те, про що ці картинки в наших головах. Список атрибутів, представлених для кожного з цих питань, громадських діячів чи інших об'єктів, буквально впливає на самі зображення, які ми маємо в голові. Образи політичних кандидатів та інших громадських діячів, опубліковані громадськістю, є найбільш очевидними прикладами атрибутивного визначення порядку денного у засобах масової інформації. Під час загальних виборів 1996 року в Іспанії описи виборців Наварри, трьох основних партійних лідерів, свідчать про значну відповідність до того, як засоби масової інформації представляли цих людей. Хоча вплив ЗМІ може бути значним, сам собою він не визначає громадський порядок денний. Інформація та підказки про значущість об'єктів та атрибутів, що надаються засобами масової інформації, – далеко не єдині визначальні фактори суспільного порядку денного. Цей істотний вплив засобів масової інформації жодним чином не спростував чи анулював базове припущення демократії про те, що люди загалом мають достатню мудрість, щоб визначати курс своєї нації, своєї держави та своїх місцевих спільнот. Зокрема, люди цілком здатні визначити основну релевантність – для себе і для більш широкої суспільної аудиторії. ЗМІ встановлюють порядок денний лише тоді, коли громадяни сприймають їхні новини як актуальні. Присутність чи відсутність впливу засобів масової інформації на порядок денний можна пояснити основною психологічною рисою, нашою потребою в орієнтації. Кожному з нас властива потреба розуміти довкілля. Щоразу, коли ми опиняємося в новій ситуації, виникає незручне психологічне почуття, поки ми не досліджуємо і не вловимо подумки хоча б контури цієї ситуації [34].

Медіа не просто відображають реальність, різні думки, що існують у суспільстві, відносини між людьми та соціальними групами, а й прагнуть вплинути на відображену дійсність. Притаманні масмедіа підходи та технології,

орієнтовані на активізацію конструктивних сил суспільства задля подолання соціальних проблем. Сучасні масмедіа мають гігантське охоплення аудиторії, вони здатні надавати суспільству достатньо інформації, яка допоможе зорієнтуватися у новій реальності. Трактування в телевізійному ефірі проблем, раніше не надто популярних у масмедіа може серйозно впливати на ставлення суспільства до цих проблем. Конструювання соціальних проблем починається з первинних вимог. Медіа можуть ініціювати конструювання соціальної проблеми, наприклад, за допомогою журналістських розслідувань, але найчастіше вони поширюють твердження – вимоги активістів або будь-кого іншого та висувають первинні твердження – вимоги. При цьому медіа транслюють та трансформують останні таким чином, щоб вони відповідали канонам медіа – репрезентаціям. Що стосується преси це означає подання тверджень – вимог як новин; у випадку з розважальними медіа твердженнями – вимоги, що конструюють проблему, стають темами ток-шоу, сюжетами програм тощо [8, с. 2772-2777].

У 30–40 роки в США почалося активне вивчення впливу медіа та ЗМІ на аудиторію. У 1940 році Д. Уепс та Б. Брельсон опублікували свою роботу «Як читання впливає на людей». У роботі автори розглядали вплив преси та зміни в поглядах, цінностях, установках аудиторії. Науковці зазначають, що: «результати проведених досліджень показали, що читання змінює уявлення людей про якусь певну ситуацію, що елементи змісту тексту моделюють вплив прочитаного. До прикладу, вплив залежить від різниці знань про предмет, які вже наявні у читача. Чим менше реципієнт знає про проблеми і протиріччя висвітлених проблем в тексті, тим більшими будуть його зміни в цінностях та установках [31].

Українці можуть отримувати новини з провідних світових засобів масової інформації за допомогою Інтернету, проте цей процес несе за собою певні зміни, адже великі ЗМІ можуть поширювати серед своїх реципієнтів власні культурні моделі, погляди та правила поведінки, такий хід подій може викликати пересічення культур, яке не буде здійснюватися за принципом діалогу [26, с.8].

Р. Ньюман вважає, що Інтернет більше впливає на споживача інформації, ніж телебачення чи газета, так як він може мобілізувати маргінальних реципієнтів, на відміну від тих, хто цікавиться політикою. [12]

М. Кастельс вважає, що «Інтернет – це комунікаційний медіум, який вперше зробив можливим спілкування багатьох людей з багатьма іншими в будь-який момент часу і в глобальному масштабі» [9]. Дослідник Д.Євстаф'єв визначає «Інтернет» як комунікаційний простір, який формується на основі оцифрованих комунікацій, переданих в специфічних, властивих тільки Інтернету форматах, визначених технологічними особливостями засобів передачі та обробки інформації [7].

Інтернет став важливим досягненням, яке поклало початок ері глобалізації і дозволило людству вільно здійснювати комунікативну функцію. Він дозволив здійснювати якісно нові функції в забезпеченні громадської та особистої комунікації:

- швидко контактувати з людиною, якщо вона знаходиться далеко, буквально в будь-якій точці земної кулі;
- здійснювати відео-конференції в реальному часі з забезпеченням мультимедійності;
- будь-яка потрібна інформація доступна у повному обсязі;
- здійснювати рекламні компанії;
- ефективно впливати на взаємодію громадської думки та влади;
- оперативно реагувати на зміни ситуації в різних регіонах країни і світу;
- організовувати ЗМІ в режимі реального часу.

За даними міжнародного статистичного видання ООН 2016 UN Statistical Yearbook, в технологічно розвинених країнах світу переважна більшість громадян активно використовують можливості Інтернету [42].

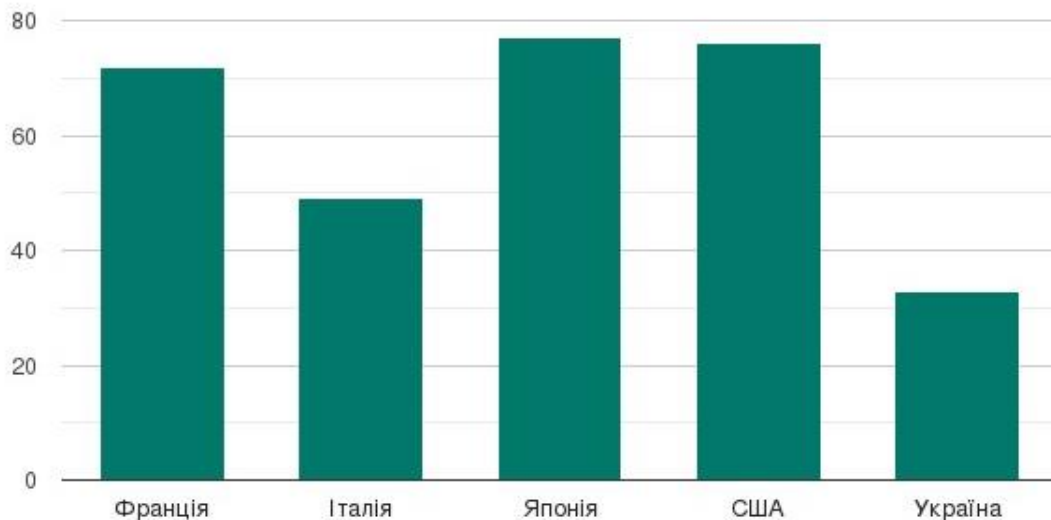


Рисунок 1. Кількість постійних користувачів мережі Інтернет.

Так, наприклад, у Франції 72 чол. з 100 є постійними користувачами мережі; в Італії – 49 чол. з 100; в Японії – 77 чол. з 100, в США – 76 чол. з 100; в Україні – 33 чол. з 100, а загальна кількість постійних користувачів становить 15 млн. чол.

Інформація про події в Україні під час гібридної війни з Росією має стратегічне значення, адже під час глобалізації взаємозв'язок журналістики та політики зростає. Сучасні ЗМІ можуть формувати громадську думку щодо різних суспільних подій та політичних змін. У такому випадку саме через порядок денний засоби масової інформації формують образ України у свідомості читачів.

Розвиток інформаційних технологій дає поштовх все більшій актуальності формування позитивного образу країни, проте його конструювання стає все складнішим. Сьогодні на процес формування образу країни впливають не тільки внутрішні чинники, а й інші показники вдалих міжнародних відносин, які складають образ держави використовуючи не тільки «жорстку силу», а й

«м'яку». Нові медіа та «м'яка сила» тісно пов'язані між собою, адже вони є продуктом ліберально-демократичної концепції та інформаційної революції, відповідно нові медіа реалізують «м'яку силу». К.Гаджієв вважає, що одним з інструментів реалізації «м'якої сили» у зовнішній політиці є образ країни.

Відносно цілей формування образу країни він стверджує, що: «Для внутрішнього користування образ служить засобом політичної мобілізації, ідейного, психологічного єднання і згуртування нації, зміцнення або зміни базових соціальних цінностей. Зовні головне його призначення полягає в забезпеченні легітимності зовнішньої політики держави в очах як своїх громадян, так і світової спільноти» [3]

Аналізуючи результати опитування, яке проводило соціологічне агентство Kantar Profiles Division для Центру "Нова Європа" у вересні 2020 року, ми можемо сказати, що Україна асоціюється з мігрантами, війною, бідністю та корупцією серед чотирьох тисяч респондентів віком від 18 років, які проживають на території Франції, Німеччині, Італії та Польщі. У більшості респондентів Україна викликає негативні думки, і це можна простежити у всіх країнах. Винятком стала Італія, респонденти якої назвали більше позитивних і нейтральних асоціацій у перших десяти згадках про Україну, ніж респонденти з інших країн. Громадяни Німеччини частіше за все асоціюють Україну з питанням вторгнення Росії, нестабільності, безпеки, безладу та корупції [30, с.18-19].

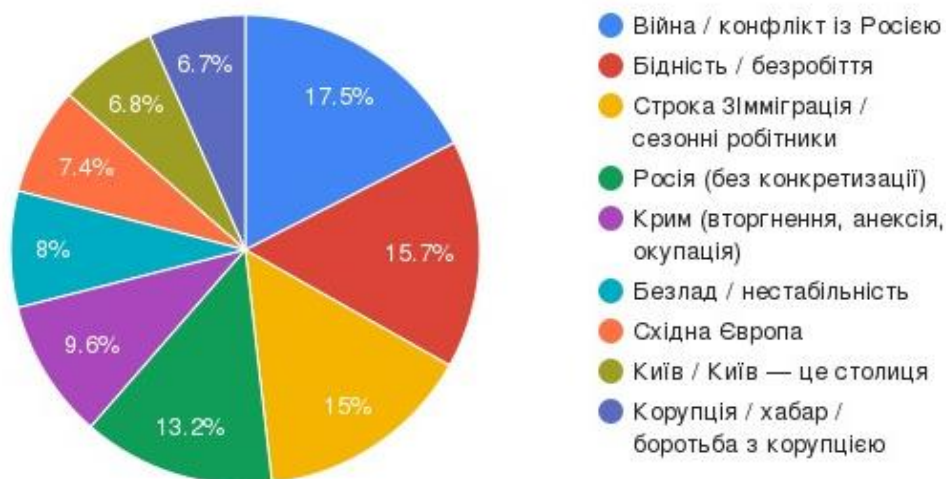


Рисунок 2. Результати опитування Kantar Profiles Division, 2020 рік

Результати аналізу Я. Василенко у роботі «Тенденції висвітлення іміджу України в англо-американських ЗМІ» демонструють наступне – Україну найчастіше пов'язують з військовим конфліктом, економічною кризою, відсутністю свободи слова, слабкими демократичними принципами. [2, С.162]

Ще один аналіз друківаних та інтернет-видань Німеччини, Польщі, Франції, Англії Я. Фруктової «Зовнішній імідж України через призму закордонних ЗМІ» показав, що новини про Україну подаються здебільшого у контексті військового конфлікту з Росією, політичної кризи, боротьби з корупцією, неефективними економічними реформами. При цьому практично відсутні новини про культуру, освіту, науку, спорт – сфери діяльності, які сьогодні конкурентоспроможні як за кількісними так і за якісними показниками. Все, що відбувається всередині країни, навколо неї, її дії на міжнародній арені формують у решти світу якесь загальне уявлення про цю державу, недооцінювати роль цьому процесі ЗМІ непродуктивно і небезпечно. У процесі формування міжнародного іміджу держави важливу роль відіграють символи, що формують асоціативний ряд із державою – відправників комунікаційного сполучення. [20, с.307-308].

1.2 Методологічні засади дослідження

Сьогодні медіа перетворилися на важливий інститут сучасного суспільства, середовище комунікації, соціального та індивідуального життя безлічі людей, державних та громадських структур на національному та глобальному рівні. Медіа є вкрай складною системою, переплетенням різних структур, неоднорідним простором об'єктів і суб'єктів, пов'язаних багатосторонніми різноспрямованими взаємовідносинами [35].

Сьогодні кожен день наповнений новинами. Люди дізнаються інформацію про світ, читаючи газети та журнали, розмовляючи по телефону, дивлячись телевізор або гортаючи стрічку в Інтернеті. Кожен народ має високий попит на

ЗМІ. Нині ми живемо в сучасному світі, технології ЗМІ можуть інформувати, навчати та розважати людей, вони також впливають на те, як люди дивляться на світ, і спонукають їх змінити свій світогляд. Ми спостерігаємо у фільмах або відео з Інтернету, що за кордоном більшість людей не можуть нічого робити без газети чи журналів під час обіду чи вільного часу, тому ми звикли, що ЗМІ є невід'ємною частиною. Кожен використовує ЗМІ для різних цілей, наприклад, для ділових і соціальних питань, для розваг, музики, спорту, мистецтва тощо.

Засоби масової інформації мають значний вплив на маси. Компанії шукають найефективніші способи донести своє повідомлення, коли справа доходить до брендингу, включаючи сайти, канали соціальних мереж, блоги та форуми. Засоби масової інформації інформують, навчають і розважають людей різними способами. З роками вплив масової комунікації різко зріс, тому, дуже важливо знати основні характеристики ЗМІ, а саме:

- зацікавлюють широку цільову аудиторію;
- передають публічне повідомлення;
- мають відстань між джерелом інформації та людьми, які її отримують;
- інформацію можна передавати через різні канали, такі як телебачення, Інтернет, радіо та газети;
- мають неоднорідну аудиторію;
- новини або інформація, передані через телебачення, радіо та друковані ЗМІ, не можуть отримувати зворотний зв'язок.

У процесі становлення методологічної та понятійної основи найважливішу роль зіграла робота У. Ліппмана «Громадська думка». У. Ліппман вперше сформулював тезу про те, що велика частина світу знаходиться за межами досяжності людини (*beyond our reach*), тому людина в принципі не в змозі здійснити верифікацію тих відомостей, які доходять до нього через ЗМІ, а тому він змушений просто довіряти їм. Це дає ЗМІ майже необмежені можливості по створенню в свідомості людей псевдокартини світу. Для орієнтації в недоступному для нас світі ми вдаємося до допомоги газет та інших ЗМІ, де

інформація, здебільшого, носить явно спрощений характер, який базується на стереотипах [38].

Суспільна думка є багатовимірним духовно-практичним феноменом функціонування соціальної системи. Громадська думка може виявлятися у всіх сферах життя: економіка, політика, моральність, культура, наука, освіта, релігія, право. Усі вони корелюють між собою. Наприклад, із політичними оцінками пов'язані й правові оцінки дій людей. Моральні оцінки порівнюють поведінку людей із загальноприйнятими нормами. Громадська думка є предметом аналізу практично у всіх галузях громадськості; вона використовується представниками журналістики та політтехнологами, керівниками різного рівня та активістами соціальних рухів. Громадська думка не тільки активно вивчається, а й штучно формується, воно сприймається більшістю населення як прогнозоване явище, а професіоналами – як соціальна технологія, яка широко застосовується у сучасному управлінні соціальними процесами [18, с.43]. Громадська думка – це специфічний прояв суспільної свідомості, складне духовне утворення, що виражає оцінне ставлення (вербальне або невербальне) великих соціальних груп, класів, народу в цілому до актуальних проблем дійсності, які становлять суспільний інтерес [13].

У певному сенсі інформація керує світом. Вона стає необхідним засобом досягнення безлічі цілей. На відміну від багатьох інших товарів, інформація не має кордонів. Доступ до неї визначає темпи розвитку держав у економічній, політичній та культурній сферах. Сама картина світу виникає не на порожньому місці, вона складається з поглядів, установок, уявлень, ціннісних орієнтацій. Якою вона буде – залежить від ЗМІ. [14, с. 11]. Певна інформаційна політика, що проводиться з використанням найсучасніших технічних засобів, може ефективно стандартизувати масову свідомість, орієнтувати її на конкретний набір політико-ідеологічних та інших цінностей, у тому числі далеких від конкретних національних інтересів та традицій.

На сьогоднішній день в арсеналі ЗМІ є кілька основних технологій впливу на аудиторію:

- Технології інформаційного насильства (загрози, шантаж, інформаційні війни);

- Технології духовного насильства (навіювання, гіпноз, нейролінгвістичне програмування, психологічні війни);

- Переконливі технології;

- Маніпулятивні технології;

- Діалогічні технології.

Процес маніпулювання (як на модель світу людини чи соціальної групи) тим паче ефективний (за потужністю впливу), що глибший рівень свідомості задіює маніпулятор. Чим глибший рівень маніпулювання, тим повільніше здійснюється «обробка» свідомості, але тим сильніша трансформація по всіх інших рівнях та довготриваліші результати впливу. Відповідно що вище рівень, то швидше досягається реакція, але менш стійка [28].

Особливе значення приділяється при цьому телебаченню: так, М.Маклюен у зв'язку з цим зазначав, що неусвідомлене занурення телеглядача в міф пояснюється головним чином тим, що йому безглуздо вибудовувати повідомлення, що надходять до нього, в логічно стрункій, «лінійно-перспективній», «раціональній» послідовності (коли причина - це те, що з'являється на початку дії, а слідство - це те, що виявляється в його кінці).

У. Ліппман приділив велику увагу специфіці відбивних процесів, що протікають у формі колективного оцінного судження: «Отже, середовище, з яким взаємодіє громадська думка, переломлюється через численні фактори. Це – цензура та секретність, фізичні та соціальні бар'єри, деформація уваги, бідність мови, відволікаючі моменти, несвідомі почуття, втома, насильство, одноманітність. Ці фактори, обмежуючи доступ до середовища, накладаються на незрозумілість подій, що відбуваються в ній, обмежуючи тим самим ясність і коректність сприйняття. В результаті цього накладення реальні уявлення підміняються фікціями, що вводять в оману, позбавляючи нас можливості контролювати тих, кому наші помилки грають на руку» [11, с. 92].

У нашому дослідженні ми використовували метод контент-аналізу, оскільки він дає змогу об'єктивно оцінити кількість та якість контенту.

Контент – це якісна категорія творчої продукції, інформація, документ, вміст веб – сторінок, соцмереж. Кожного дня люди стикаються з контентом: новини, відео, блоги, статті та ін. За форматом подачі контент поділяється на такі види:

- Текстовий. Такий формат виступає основним для багатьох ресурсів. Це новини, статті, огляди, інтерв'ю, керівництва, нотатки та інші тексти.

- Графічний. До цієї категорії відносять зображення, фотографії, ілюстрації, інфографіку та інші способи візуального представлення інформації. Часто графіка доповнює текстові матеріали, але може бути і основним форматом.

- Відео. Це ролики різного змісту і обсягу.
- Аудіо. Інтерв'ю, музика, подкасти та інше.
- Іноді в одному матеріалі поєднують два і більше форматів. Для матеріалу, представленого одночасно в різних форматах, застосовують поняття «мультимедійний».

За призначенням контент поділяється на:

- Комерційний. Основне завдання - залучити потенційних клієнтів, прорекламувати діяльність і продати товари або послуги.

- Інформаційний. Надає аудиторії корисну інформацію, дає відповіді на запитання користувачів. У цю ж категорію можна віднести і навчальний контент.

- Розважальний. Призначений для розваги користувачів. Сюди ж можна додати контент, який використовують з метою залучення аудиторії в діалог чи взаємодію.

Усі згадані категорії можна уявити в різних форматах. Наприклад, на інформаційному сайті часто присутні рекламні банери. А текст, може одночасно бути розважальним.

За рівнем ексклюзивності контент поділяють на:

- Унікальний. Так називають контент, який не має аналогів. Хоча викладена інформація може і не бути ексклюзивною, але спосіб її передачі унікальний. Текстову унікальність перевіряють за допомогою спеціальних програм для пошуку плагіату.

- Неунікальний. Це повністю або частково скопійований матеріал. Іноді такий контент стає результатом неякісного рерайтинга. У деяких випадках неунікальний контент може виступати основним на сайті, але тоді повинні бути вказані джерела матеріалів.

Контент-аналіз – це якісно-кількісний метод вивчення документів, який характеризується об'єктивністю висновків та полягає у обробці тексту з подальшою інтерпретацією результатів. Предметом контент-аналізу можуть бути як проблеми соціальної дійсності, котрі висловлюються чи навпаки приховуються у документах, так і внутрішні закономірності самого об'єкта дослідження [26].

Л. НьюМан дає інше визначення контент-аналізу (аналізу змісту) – це особлива методична процедура аналізу всіх видів текстів (вербальних, візуальних та інших), це аналіз ядра комунікації, того, що лежить між комунікатором і аудиторією, між автором послання і тим, кому це послання адресоване. На відміну від опитувальних методів контент-аналіз дозволяє досліднику робити висновки про соціальні феномени, безпосередньо не втручаючись в те, що той вивчає, досліджувати великий текстовий масив, виділяючи в ньому інформаційні аспекти, що не лежать на поверхні [12, с.101-114].

В умовах глобалізації, розмивання національних культур і стирання кордонів між державами імідж країни набуває особливо значної ролі. Він стає важливою соціальною цінністю, від наявності та якості якої багато в чому залежить успіх політичної та економічної діяльності держави у зовнішній політиці та соціальна стабільність, стійкість її внутрішньополітичних процесів.

Імідж не є точним синонімом слова «образ». Його можна визначити як різновид образу, прообразом якого є будь-яке явище, а суб'єкт. Таким суб'єктом

може бути людина, організація, колектив, предмет (товар, газета, фестиваль), зокрема і держава. Сприйняття такого образу включає як процедури аналізу, що викликає необхідність відобразити в ньому типові риси, так і синтезу, завдяки якому образ володіє характеристиками індивідуального явища. Імідж - це складне та багатогранне поняття. У сучасній науці немає загальноприйнятого визначення цієї категорії. Так, з погляду соціальної психології імідж можна розглядати як різновид символічного образу, що виникає в результаті соціального пізнання та суб'єкт-суб'єктної взаємодії у соціальній групі. Саме це робить цю категорію предметом соціально-політичного аналізу. Стосовно іміджу країни суб'єктами такої соціальної взаємодії вважатимуться, з одного боку, держава та суспільство, громадян цієї країни, з іншого боку, держава та світове співтовариство, акторів системи міжнародних відносин. Імідж країни динамічний, залежить від багатьох чинників, які можуть змінювати своє значення. Тому сам імідж не є чимось одного разу заданим та незмінним. Його атрибути перетворюються, видозмінюються відповідно до змін у самому об'єкті-прообразі або в груповій свідомості цільової аудиторії [25].

Важливу роль сучасному політичному дискурсі займає формування іміджу країни, оскільки саме уявлення про певну територію широко функціонує у всій системі взаємовідносин держав у різних галузях. Сам термін «імідж» є вкрай широким, тому, говорячи про імідж цілої країни, необхідно відзначити, що уявлення можуть формуватися за допомогою різних каналів: через спілкування з представниками країни, знайомство з культурою (література, живопис тощо), досвід співвітчизників та ін. Проте на сьогоднішній день найбільш активним каналом формування та підтримки іміджу країни є медіасфера. [16, с. 75-78.]

Імідж країни не лише об'єктивує базові національні цінності та інтереси, а й відображає цивілізаційний вектор розвитку, а також модернізаційний вибір влади. «Імідж не є упредметнена реальність, – вважає Є. Галумов, – це те, що людина собі уявляє про конкретний предмет (явлення) або як вона його

сприймає. Це категорія керована, яку можна конструювати та трансформувати за нашим бажанням» [4, с.10].

Однак необхідно враховувати, що головною особливістю журналістики є прагнення до об'єктивності, виражене у неприпустимості заангажованості, свідомого просування тієї чи іншої точки зору, аргументів «за» чи «проти». Масмедійне інформування передбачає показ подій та явищ у всій їх складності та багатоаспектності, висвітлення як позитивних, так і негативних сторін, чітке відокремлення фактів від думок, обов'язкову верифікацію отриманої журналістом інформації. Виконання всіх перерахованих вимог сприяє зміцненню довіри аудиторії до засобів масової інформації, які стають основним джерелом формування громадської думки [22].

Політолог І. Глинська виходить із того, що імідж держави слід розглядати як позитивний орієнтир, якого необхідно прагнути з метою відстоювання своїх національних інтересів [5]. М. Коломенський визначає зовнішньополітичний імідж держави як цілеспрямовано формований фахівцями зі зв'язків із громадськістю та політичною елітою образ країни, покликаний надавати політичний та емоційно-психологічний вплив у просторі світової громадської думки [10]. На думку дослідника зовнішньополітичний імідж держави виконує кілька базових функцій. По-перше, це функція соціокультурної та політичної ідентифікації, що дозволяє реципієнтам ототожнювати образ країни з певною політико-культурною традицією. По-друге, це функція ідеалізації образу за допомогою забезпечення позитивного інформаційного поля навколо держави та проекції на неї певних позитивних характеристик. По-третє, це інформативно-комунікативна функція, що сприяє підтримці конструктивного діалогу з іншими на міжнародній арені [10].

Призначення іміджу як інструмент управління полягає у налагодженні ітерацій між суб'єктом та об'єктом. Тому, в одному випадку, імідж можна розглядати як набір певних якостей, які асоціюються з певним об'єктом, а в іншому – як продукт, якому можна надавати властивості та характеристики, не властиві йому, і перетворювати ці якості на його головні складові.

Імідж впливає на поведінку носіїв цього образу через соціальні установки і стереотипи, що лежать в його основі, впливає на ставлення людей до реальних подій, інших людей, міста, регіону, країни в цілому. Будучи стійкою духовною освітою в масовій свідомості, імідж моделює реакції населення на будь-які нові ситуації. Це зумовлює важливість конструювання іміджу будь-якої країни.

Основними провідниками іміджу країни там є суб'єкти міжнародних сфер: дипломатії, зовнішньоекономічної діяльності, науки, спорту, культури, туризму, транспорту, готельної справи. Як об'єкти формування іміджу виступають міжнародні фестивалі, виставки, спортивні змагання, наукові конференції, книжкові ярмарки, гастролі артистів, тематичні парки тощо. [1, С.51]

1.3 Соціокомунікаційна сутність Інтернет порталу Deutsche welle

Deutsche Welle – німецький державний міжнародний мовник. У 1994 році DW став першим суспільним мовником з публікацією новин в Інтернеті, яким керував Центр досліджень інформаційних технологій. За допомогою розвитку інформаційних технологій Deutsche Welle змогли розвивати свій медіацентр на сайті, таким чином сьогодні це дозволяє реципієнтам користуватися інформацією та матеріалами з мультимедійного архіву порталу. Окрім цього, на порталі користувачі можуть знайти матеріали та курси з німецької мови.

Основні цілі мовника – сприяти надійному висвітленню новин, доступу до вивчення німецької мови та забезпечити якісне взаєморозуміння між громадянами європейських країн. DW притримується дворівневій системі розвитку аудиторії – це глобальний підхід, спрямований на поширення інформації серед аудиторії по всьому світу шляхом розвитку міжнародних телевізійних послуг та регіональний підхід, орієнтований щодо надання інформації з урахуванням потреб окремих регіонів, насамперед через Інтернет [24].

Історія DW почалася із короткохвильової передачі зі зверненням президента Західної Німеччини Т.Хойса 3 травня 1953 року. З 1960 року Deutsche

Welle стає незалежним державним органом, після постанови суду про мовлення в Німеччині [36]. 7 червня 1962 року DW приєдналася до ARD як національна телерадіостанція [39]. Спочатку штаб-квартира Deutsche Welle знаходилася в місті Кельн, проте після возз'єднання штаб-квартира станції переїхала до Бонна. З возз'єднанням Німеччини в 1990 році припинило своє існування Міжнародне радіо Берлін (RBI), міжнародне мовлення Східної Німеччини. Деякі співробітники RBI приєдналися до Deutsche Welle.

Телебачення DW стартувало як телевізійна станція, запущена телекомпанією RIAS у серпні 1988 року; вони також придбали німецьку освітню телевізійну мережу в Сполучених Штатах. Падіння Берлінської стіни наступного року та возз'єднання Німеччини в 1990 році означали, що RIAS-TV було закрито. 1 квітня 1992 року Deutsche Welle використала засоби мовлення RIAS-TV для створення німецько-англомовного телевізійного каналу, який транслювався через супутник, додавши короткий іспанський сегмент мовлення наступного року. У 1995 році він почав працювати цілодобово – 12 годин німецькою, 10 годин англійською, 2 години іспанською, того ж року DW (TV) представив ребрендинг та нову студію новин.

Окрім радіо- та телевізійних програм, DW спонсорувала деякі друковані матеріали. Наприклад, Департамент Південної Азії опублікував у 1967 році статтю «Німецька спадщина», а у 1984 році з'явився матеріал «Африканські письменники в ефірі», обидві публікації були стенограмами програм DW.

У вересні 1994 року Deutsche Welle стала першим суспільним мовником у Німеччині, який мав сторінку в Інтернеті, спочатку організовану Центром досліджень інформаційних технологій GMD. Протягом перших двох років на сайті було перераховано лише контактні адреси. У 1996 році він перетворився на веб-сайт новин, згодом у 2013 році Deutsche Welle придбала домен dw.com, який раніше належав DiamondWare. За даними DW, їхній веб-сайт надає інформацію за темами з інтуїтивно зрозумілою навігацією, організованою відповідно до очікувань користувачів. Інтернет-ресурс пропонує більшу гнучкість для розміщення зображень, відео та поглиблених звітів про події дня в

мультимедійній та багатомовній формі. Вони також інтегрували свій медіа-центр у веб-сайт, що полегшує користувачам доступ до відео, аудіо та зображень із мультимедійного архіву звітів, програм та висвітлення спеціальних питань DW [40]. У центрі уваги DW є німецькі та європейські новини, але сайт також пропонує довідкову інформацію про Німеччину та курси німецької мови. У 2001 році Deutsche Welle спільно з ARD і ZDF заснували німецький телевізійний канал для глядачів Північної Америки. Через чотири роки проект був закритий через низьку кількість передплатників. З тих пір він був замінений каналом DW-TV (також послугою за передплатою).

22 червня 2015 року DW запустили цілодобовий англomовний новинний канал з новим дизайном та новою студією в рамках ребрендингу на DW News. Раніше інформаційні програми DW називалися Journal і виходили в ефір англійською мовою 3-, 15- та 30-хвилинними блоками. Новий канал пропонує 30-хвилинні оновлення щогодини та 60-хвилинні програми двічі на день у будні. DW News веде мовлення з Берліна, але часто має прямі сегменти соціальних мереж, які ведуть зі спеціально розробленої студії в Бонні. Оновлені сервіси DW були запуснені під лозунгом «Made for Minds».

Сьогодні новинний портал www.dw.com доступний 30 мовами та фінансується з федерального податкового бюджету Німеччини. Служба супутникового телебачення DW складається з каналів англійською, німецькою, урду, хінді, іспанською та арабською мовами. Робота DW регулюється на законодавчому рівні Німеччини, що означає, що зміст повинен бути незалежним від впливу уряду.

Deutsche Welle розробила дворівневий підхід, який вони використовують для майбутнього зростання своєї компанії, який складається з глобального та регіонального підходу. У рамках свого глобального підходу DW планує підвищити свій ринок конкурентоспроможності в усьому світі за допомогою новин і телевізійного висвітлення. План реалізується, охоплюючи переважно всі регіони світу з двома телевізійними каналами в кожному регіоні. За деякими винятками буде охоплений весь світ [33].

DW є членом Європейського телерадіомовного союзу. Щоденно DW оновлює матеріали на своєму новинному сайті і залучає до співробітництва з власним центром розвитку міжнародних засобів масової інформації «DW Akademie». DW Akademie — це міжнародний центр Deutsche Welle з розвитку медіа, медіа-консалтингу та навчання журналістів. Він пропонує навчальні та консультаційні послуги партнерам зі всього світу, співпрацює з мовниками, медіа-організаціями та університетами, особливо в країнах, що розвиваються, і в країнах з перехідною економікою, щоб пропагувати вільні та незалежні ЗМІ. Робота фінансується Федеральним міністерством економічного співробітництва та розвитку Німеччини [41]. Додатковими спонсорами є Міністерство закордонних справ Німеччини та Європейський Союз.

Стажування для журналістів DW Akademie – це 18-місячна програма, яка забезпечує редакційну підготовку в трьох сферах: радіо, телебачення та онлайн журналістика. Вона розрахована на журналістів-початківців з Німеччини, а також із регіонів, на які веде мовлення Deutsche Welle. Магістерська програма «International Media Studies», створена у співпраці з Боннським університетом та Університетом прикладних наук Бонн-Рейн-Зіг, базується на DW Akademie. Програма поєднує дисципліни розвитку медіа, регулювання медіа та комунікацій.

DW займає важливу позицію в житті не тільки жителів Німеччини, а й громадян інших країн. За рахунок ведення порталу багатьма мовами, жителі більшості країн мають доступ до якісної та професійної журналістики. DW часто користуються експертними думками лідерів різних галузей, за рахунок чого підвищують рівень довіри серед читачів або глядачів, а також дають змогу користувачу отримати гарний матеріал з балансом думок і точок зору. Випускаючи контент на декількох платформах одночасно, Deutsche Welle дають змогу різним аудиторіям мати доступ до інформації в зручній формі для користувача. Не можна не помітити, активне акцентування уваги редакцій DW різних країн на новинах актуальних саме для цих держав, велику увагу працівники Deutsche Welle приділяють контенту на Youtube каналі, адже кожен

житель країни може знайти відео новин, документальних фільмів рідною мовою. Безумовно, ці факти роблять DW лідером думок. На сьогоднішній день це сильний бренд, який має великий ступінь довіри серед реципієнтів.

РОЗДІЛ 2

ПРОБЛЕМНО-ТЕМАТИЧНЕ СПРЯМУВАННЯ УКРАЇНСЬКОГО НОВИННОГО КОНТЕНТУ ПОРТАЛУ DEUTSCHE WELLE

2.1. Професійні стандарти журналістики у розрізі аналізу контенту DW

ЗМІ є значною силою в сучасній культурі. Соціологи називають це опосередкованою культурою, де медіа відображають і створюють культуру. Людей постійно бомбардують повідомленнями з багатьох джерел, включаючи телебачення, рекламні щити та журнали. Ці повідомлення пропагують не лише певне ставлення до ситуації, а й настрій, відчуття того, що є цінним, а що не важливо. Нинішній рівень медіанасиченості існував не завжди. Ще в 1960-1970х роках телебачення, наприклад, складалося переважно з трьох мереж, громадського мовлення та кількох місцевих незалежних станцій. Ці канали були спрямовані в першу чергу на сім'ї середнього класу. Незважаючи на це, деякі сім'ї середнього класу навіть не мали телевізора. Сьогодні в найбільш бідніших будинках можна знайти телевізор, а в більшості будинків середнього класу — кілька телевізорів. Мало того, що доступність зросла, але й телепрограми все більш різноманітні з великою кількістю шоу, націленими на будь-який вік, доходи, походження та погляди.

Формування етичних кодексів журналістики почалося в Європі та США на початку 20-го століття у зв'язку із загрозою маніпуляції громадською думкою. Сьогодні окрім міжнародних етичних стандартів, у більшості країн діють етичні журналістські кодекси, прийняті журналістськими спільнотами цих країн.

Інтернет медіа, зокрема блоги, найчастіше ігнорують вимоги до жанрової специфіки журналістики, підмінюючи факти власною думкою, чи думкою групи людей, інтерпретуючи їх за своїми поняттями, далекими від цілей та завдань журналістики як соціального інституту. З розвитком інтернету журналістика переходить у розряд новин. Поступово зникають жанри, що мотивують читача, глядача, радіослухача аналізувати, розмірковувати, формувати свою життєву позицію. Журналістика як соціальний інститут на сьогоднішній день вимагає високого рівня професіоналізму від усіх, хто має відношення до професії журналіста, вимагає безумовного дотримання базових професійних стандартів, як від журналістів, так і від тих, хто прагне отримати визнання у професії, не маючи на те юридичного, ні морального права, не усвідомлюючи відповідального призначення професії. [21, с. 193-196].

Протягом двох останніх століть журналістика у країнах Європи пройшла кілька етапів розвитку, відзначених розквітом та падінням різних форм авторитаризму, тоталітаризму та абсолютизму (у 1930-ті рр. у нацистській Німеччині), авторитарного інструменталізму (у СРСР у 1917—1991 рр., у країнах Центральної та Східної Європи у 1945—1991 рр.). Проте, незважаючи на ідеологічні впливи та їх різні варіації, пануюча модель європейської журналістики орієнтувалася на спільні цінності — свободу преси, висловлювання думок та комунікації, що призвело до формулювання найважливішої ролі журналістики як «сторожового пса», «четвертого стану» [32].

Нормативний підхід до журналістики як професії передбачає, що вона повинна прагнути до виконання певної місії, дотримуватися професійних стандартів, що формулюють ролі, функції та цінності, яких слід прагнути медіапрофесіоналів. На думку багатьох європейських дослідників, професійна (новинна) журналістика є невід'ємною частиною демократії, і, навпаки, демократичний лад необхідний для якісної журналістики. Ідеали та принципи демократії і журналістики взаємозалежні — і громадяни, і демократія

потребують того, щоб у вирішальні моменти розвитку суспільства та особистості професійні ЗМІ допомагали їм приймати усвідомлені рішення.

Про необхідність професійних стандартів, що базуються на фундаментальних етичних засадах професійної журналістики писав В. Тулупов. Досвідчені журналісти по-різному трактують такі поняття як об'єктивність, свобода, відповідальність. Хоча існує потреба у загальних правилах, своєрідних стандартах діяльності журналіста, особливо в екстремальних умовах. У зв'язку із цим зупинимося на трьох моментах:

1. Професіонали повинні представляти місію журналістики як духовно-практичну та соціально відповідальну діяльність;

2. Необхідно дотримуватися професійних стандартів, до яких належать: баланс думок і точок зору, оперативність подачі інформації, достовірність, відокремлення фактів від коментарів та оцінок, точність подачі інформації, повнота подачі інформації.

3. Важливо пам'ятати про якості журналіста, такі як порядність, ерудиція та відповідальність (є ще громадянська сміливість, комунікабельність, працездатність, оперативність, схильність до аналізу, сміливість, любов до справи, любов до людей та ін.).

Навіть якщо визнати факт існування одночасно різних типів журналістики, потреба в універсальному журналізмі зберігається. Тому що у цивілізованому суспільстві всі – власники, засновники, редактори, журналісти, читачі, глядачі, слухачі – потребують загальних правил «гри». [19, с. 3-5]. Згідно з результатами щоквартального моніторингу ІМІ на предмет дотримання професійних стандартів у провідних українських онлайн-медіа, який проводить Інститут масової інформації, найвищий рівень дотримання стандартів у третьому кварталі 2021 року (понад 96% матеріалів, написаних без порушень професійних стандартів) мають такі медіа: «Суспільне», «Дзеркало тижня», «Ліга», «Українська правда», «Бабель», «Громадське», «Букви», «Еспресо» та НВ. Найгірші показники з дотримання професійних стандартів продемонстрував сайт «Політека», на якому лише 14% матеріалів не містили порушень базових

стандартів професійної журналістики (і більшість із них були репостами з інших медіа) [29].

Аналіз контенту медіа DW дозволить нам зрозуміти, як висвітлюють Україну провідні ЗМІ, чи дотримується стандартів журналістики редакція Deutsche Welle.

Для нашого аналізу ми обрали контент порталу DW у період з 01.04.2021 по 07.04.2021, усього за тиждень було опубліковано 57 матеріалів про Україну. Варто зазначити стійку політику видання щодо відповідності журналістським стандартам, усі проаналізовані нами матеріали були об'єктивними та прозорими, подані зрозумілою мовою для читача. Аналіз кожного матеріалу був проведений за такими критеріями: тематика, актуальність, релевантність, об'єктивність, зрозумілість та характер матеріалу.

- Актуальна інформація має певну цінність для читача у конкретний період часу.
- Релевантна інформація відповідає актуальності та має вагомі знання для читача.
- Об'єктивна інформація включає в себе чіткі факти, джерела яких зазначені у матеріалі, така публікація не демонструє особистого ставлення журналіста до ситуації.
- Зрозуміла – інформація, подана простою мовою, зрозумілою для кожного реципієнта.

Для визначення характеру матеріалу ми визначили такі критерії інформації: негативна (16 матеріалів), позитивна (9 публікацій), нейтральна (31 матеріал). Більшість матеріалів нейтрального характеру, що вказує на правильну подачу інформації для споживача.

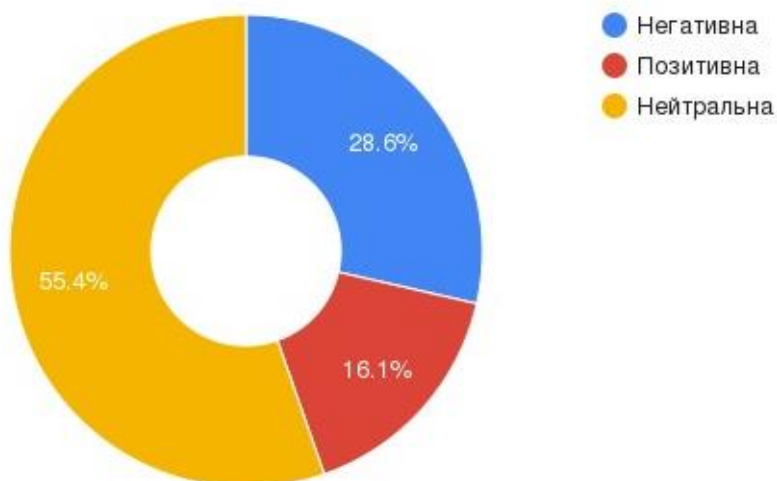


Рисунок 4. Результати аналізу матеріалів DW за характером думки.

Щодо проблемно-тематичного наповнення, серед проаналізованих матеріалів ми виділили чотири категорії: політично-військовий напрямок DW (36 матеріалів), новини про пандемію COVID-19 (10 публікацій), суспільна тематика (6 матеріалів), новини економіки (5 публікацій).

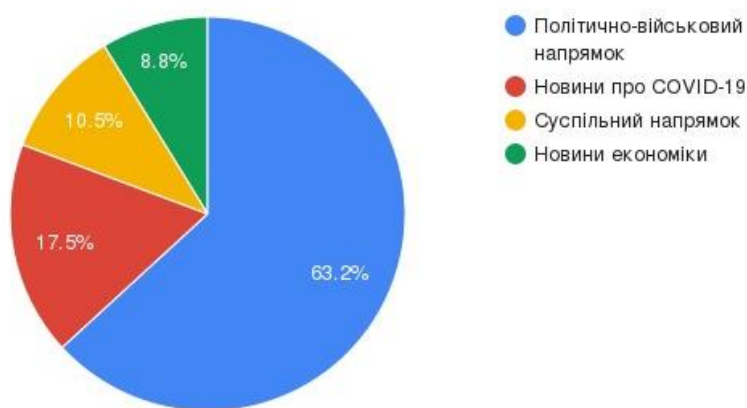


Рисунок 5. Тематичний аналіз публікацій медіа Deutsche Welle.

Подана інформація не завжди є актуальною, із 57 матеріалів 41 володіє високою релевантністю, а інші 16 не є вагомими для читача. Наприклад, у

публікації «Президентка Молдови доручила з'ясувати обставини зникнення екссудді Чауса» від 05.04.2021 розповідається про Миколу Чауса, колишнього суддю Дніпровського райсуду Києва, який після викриття його злочину із хабарем втік до Молдови, ця справа датується 9 серпня 2016 року, нещодавно він зник з Молдови, за інформацією правоохоронних органів його викрали, проте ця інформація ніяк не впливає на життя українців або на політичний чи економічний устрій держави.

На нашу думку, не відповідають також сучасним запитам і інші публікації такі як: «Коментар: Меркель-Макрон-Путін, або Сеанс одностороннього зв'язку» (01.04.2021), «Суд посадив під домашній арешт ще двох учасників акції на Банковій» (01.04.2021), «Тупицький не прийшов до суду щодо обрання йому запобіжного заходу» (02.04.2021) та інші. За характером новини здебільш нейтральні – 31 публікація, у яких не виражений чітко позитив або негатив, натомість опубліковано лише 9 матеріалів позитивного характеру і 16 негативного, які стосуються теми політичного устрою країни або війни на Донбасі.

Переважна кількість новин опублікованих про Україну стосуються політики та війни, наразі ця тема є важливою, та пріоритетною у формуванні європейського іміджу України у читачів медіа Deutsche Welle.

2.2. Політично-військова проблематика Deutsche Welle

Тема політики та війни, безумовно, залишається актуальною як для України так і для Європи. Усього DW опублікували 36 новин, які стосуються політики та війни:

- «У Пентагоні стурбовані через загострення на Донбасі» публікація на сайті від 01.04.2021. *«На тлі повідомлень про стягнення військ РФ до кордону України та зростання напруженості...», «Зі свого боку, Міллі висловив співчуття у зв'язку з трагічною загибеллю чотирьох українських бійців під Шумами і підтвердив підтримку США*

суверенітету...» *«Нагадаємо, днями Хомчак заявив, що РФ нарощує війська вздовж кордону.»*. Інформація актуальна, але не релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки негативна.

- *«Лавров пригрозив "руйнуванням України" у разі загострення на Донбасі»* публікація на сайті від 01.04.2021. *«Міністр закордонних справ Росії Сергій Лавров застеріг щодо ймовірності "руйнування України" в разі можливого загострення конфлікту на Донбасі.»*, *«Тема загострення на Донбасі стала предметом розмови міністра закордонних справ України Дмитра Кулеби з держсекретарем США Ентоні Блінкеном.»*, *«На думку російського міністра, нині триває багато спекуляцій на тему документів, схвалених Верховною Радою України»*. Інформація актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.
- *«РФ підготувалася до широкомасштабних провокацій на Донбасі - розвідка ЗСУ»* публікація на сайті від 01.04.2021. *«Головне управління розвідки міноборони України повідомило, що Росія завершує підготовку до провокації України на військову відповідь на лінії розмежування на Донбасі.»*, *«...Росія також готується до розширення військової присутності в окупованих районах Донецької та Луганської областей шляхом введення регулярних підрозділів збройних сил РФ на ці території...»*, *«Тим часом пресекретар президента РФ Дмитро Песков заявив цього дня, що Росія має право переміщати війська в межах території країни на свій розсуд і це не становить загрози для інших держав.»*. Інформація актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки негативна.
- *«Зеленський: Грою м'язів Росія прагне тиснути на переговори»* публікація на сайті від 01.04.2021. *«...президент України Володимир Зеленський запевнив, що українська сторона продовжує переговори про встановлення перемир'я в зоні конфлікту.»*, *«Також Зеленський зазначив, що з початку року на Донбасі помітно ескалацію конфлікту,*

що позначилося й на статистиці втрат українських вояків - 20 загиблих і 57 поранених.», «На тлі цього він заявив, що українська армія - це не тільки сила і міць, але також мудрість і виваженість, і що Україна завжди готова до будь-яких провокацій.». Інформація актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.

- «Кулеба: Ескалація з боку РФ на Донбасі - наймасштабніша за останні роки» публікація на сайті від 01.04.2021. «Міністр закордонних справ України Дмитро Кулеба вказав на системне загострення Росією безпекової ситуації на Донбасі та в Криму.», «Він запевнив, що українська сторона робить все можливе для дипломатичного врегулювання ситуації, що склалася.», «Нагадаємо, раніше цього дня в міноборони України повідомили, що Росія готується до широкомасштабних провокацій українських збройних сил у зоні конфлікту на Донбасі.». Інформація актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.
- «Військо РФ біля кордону з Україною: що відбувається і які можуть бути наслідки» публікація на сайті від 02.04.2021. «Інформація про передислокацію в різні точки на кордоні з Україною близько чотирьох тисяч російських військових з'явилася в газеті The New York Times (NYT) 30 березня.», «... США підвищило рівень спостереження за ситуацією з "можливої кризи" до "потенційно неминучої кризи" - найвищої позначки.», «Російський військовий оглядач Олександр Гольц впевнений, що дії з боку РФ носять демонстративний характер, але не виключає, що це в підсумку може призвести до реальних бойових дій.». Інформація актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.
- "РФ попереджає про "заходи" у разі посилення військ НАТО біля України" публікація на сайті від 02.04.2021. «Росія ухвалить додаткові заходи щодо своєї безпеки в разі можливого збільшення військ НАТО

навколо України.», «Безумовно, такий розвиток сценарію призвів би до подальшого зростання напруженості поблизу російських кордонів.», ««Такі дії Російської Федерації кидають виклик безпеці України та НАТО, що має бути збалансовано спільними зусиллями», - заявив Машовець.». Інформація актуальна, не релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки негативна.

- *«Зеленський призначив Поліну Лисенко главою Центру протидії дезінформації» публікація на сайті від 02.04.2021. «Тим часом сама керівниця відомства прокоментувала завдання очолюваного нею центру. «Центр повинен стати надійним щитом для громадян та держави від інформаційних загроз, які виникають як ззовні, так і всередині країни та спрямовані на розхитування державних інститутів і маніпулювання суспільною думкою», - наголосила Лисенко, цитує пресслужба президента України.». Інформація не актуальна, не релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.*
- *«Байден у розмові з Зеленським пообіцяв підтримку перед загрозою з боку РФ» публікація на сайті від 02.04.2021. «Згідно з повідомленням пресслужби Білого дому, Байден у розмові з Зеленським підтвердив непохитну підтримку США суверенітету і територіальної цілісності України на тлі агресії РФ.», «Сам Володимир Зеленський після розмови вказав на те, що цінує підтримку США і має намір серйозно проводити реформування країни.», «За словами президента України, під час розмови Байден запевнив його, що «Україна ніколи не залишиться наодинці проти агресії Росії»». Інформація актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки позитивна.*
- *«Лондон занепокоєний військовою активністю РФ біля кордону з Україною» публікація на сайті від 02.04.2021. «Міністр закордонних справ Великобританії Домінік Рааб висловив глибоке занепокоєння російською військовою активністю поблизу кордонів України.», «Я підтвердив*

підтримку Сполученим Королівством суверенітету та територіальної цілісності України під час дзвінка з Дмитром Кулебою сьогодні», - написав глава МЗС Великобританії у своєму Twitter.», «Раніше у п'ятницю загострення ситуації на Донбасі стало предметом переговорів президента США Джо Байдена та президента України Володимира Зеленського.». Інформація актуальна, не релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.

- *«Берлін наголошує на важливості деескалації на кордоні РФ і України» публікація на сайті від 02.04.2021. «Ми уважно стежимо за ситуацією на кордоні між Україною і Росією. Ми згодні з Україною в тому, що деескалація зараз має вирішальне значення, щоб не поставити під загрозу припинення вогню», - цитує Мааса пресслужба МЗС ФРН у Twitter.», «Нагадаємо, раніше цього дня глава МЗС Великобританії Домінік Рааб теж провів телефонну розмову з Дмитром Кулебою, у якій запевнив у підтримці суверенітету та територіальної цілісності України.». Інформація актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.*
- *«Зеленський: ЗСУ здатні дати відсіч будь-кому, і це допомагає у дипломатії» публікація на сайті від 02.04.2021. «Президент України Володимир Зеленський заявив, що українська армія спроможна дати відсіч будь-кому.», «Український лідер також зазначив, що на цьому шляху Україна має повну та незмінну підтримку міжнародних партнерів, зокрема Європи та США.», «Так само 1 квітня міністр закордонних справ України Дмитро Кулеба заявив, що нинішня ескалація з боку Російської Федерації на Сході України є системною та наймасштабнішою за останні роки.». Інформація актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки позитивна.*
- *«Глава МЗС України попросив ОБСЄ про додаткові патрульні бази на Донбасі» публікація на сайті від 03.04.2021. «Міністр закордонних справ України Дмитро Кулеба закликав ОБСЄ відкрити додаткові передові*

патрульні бази ОБСЄ вздовж неконтрольованої ділянки українсько-російського державного кордону.», «Також Кулеба звернув особливу увагу на зростання протягом останніх тижнів інтенсивності російської пропаганди, зокрема системні спроби поширювати дезінформацію про нібито підготовку України до здійснення військової ескалації.», «Нагадаємо, 30 березня газета *The New York Times* повідомила, що близько 4 тисяч військових РФ скупчилися на кордоні з Україною.». Інформація актуальна, не релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки негативна.

- «Німеччина і Франція занепокоєні через порушення перемир'я на Донбасі» публікація на сайті від 04.04.2021. «У зовнішньополітичних відомствах Німеччини і Франції висловили занепокоєння ситуацією на Донбасі та переміщеннями військ Росії на кордоні України.», «У своїй заяві речники МЗС двох країн знову висловили підтримку суверенітету та територіальній цілісності України в її міжнародно визнаних кордонах.», «У четвер, 1 квітня, речник Держдепартаменту США Нед Прайс заявив про те, що Вашингтон застерігає Росію від "залякування" Києва на тлі повідомлень про нарощування російської військової присутності на кордоні з Україною.». Інформація актуальна, не релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.
- «ЄС занепокоєний діями РФ і висловлює підтримку Україні» від публікація на сайті 05.04.2021. «Як заявив міністр закордонних справ України Дмитро Кулеба після розмови з Боррелем, його запрошено взяти участь у засіданні Ради міністрів закордонних справ ЄС, що відбудеться 19 квітня. Як повідомлялося, раніше МЗС Німеччини і Франції висловили занепокоєння ситуацією на Донбасі та переміщеннями військ Росії на кордоні з Україною.», «Нагадаємо, 30 березня газета *The New York Times* повідомила, що близько 4 тисяч військових РФ скупчилися на кордоні з Україною.». Інформація актуальна, не релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.

- «Оператор ГТС: «Газпром» скорочує транзит газу через Україну» публікація на сайті від 05.04.2021. *«Газпром поступово зменшує транзит через Україну, повідомив у неділю, 4 квітня, директор державного підприємства «Оператор ГТС України» Сергій Макогон на своїй сторінці в соціальній мережі Facebook.»*, *«Він підкреслив, що «дуже важливо» не допустити завершення будівництва «Північного Потoku -2». «Транзит газу Україною - це не тільки значний дохід, а важливий елемент енергетичної та мілітарної безпеки України», - підсумував він.»*. Інформація не актуальна, не релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.
- «Президентка Молдови доручила з'ясувати обставини зникнення екссудді Чауса» публікація на сайті від 05.04.2021. *«Президентка Молдови Майя Санду обурилася через викрадення у Кишиневі невідомими колишнього українського судді Миколи Чауса, який переховувався в Молдові після втечі з України п'ять років тому.»*, *«Цього ж дня стало відомо, що за фактом викрадення колишнього українського судді Миколи Чауса в Кишиневі молдовські правоохоронці відкрили кримінальну справу й уже затримали одного з можливих викрадачів. Про це заявив міністр внутрішніх справ Молдови Павел Войку під час брифінгу.»*. Інформація не актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.
- «Зеленський в Катарі обговорює з еміром будівництво доріг та енергетику» публікація на сайті від 05.04.2021. *«Президент України Володимир Зеленський під час офіційного візиту до Катару зустрівся з еміром країни Тамімом бін Хамадом Аль Тані, повідомив офіс президента у понеділок, 5 квітня. Вони обговорили перспективи співпраці у сферах енергетики, продовольчої безпеки, інфраструктури та військово-технічної співпраці.»*. Інформація актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки позитивна.
- «Вашингтон звернувся до Москви за поясненнями щодо військ біля кордону з Україною» публікація на сайті від 05.04.2021. *«У Державному*

департаменті США висловлюють стурбованість пересуванням російських військ біля кордонів України та повідомляють, що Вашингтон звернувся до Москви за поясненнями у зв'язку з пересуванням російських військ біля кордонів України. Про це повідомив речник Держдепартаменту США Нед Прайс.», «Він зазначив, що оцінювати подібні переміщення потрібно, пам'ятаючи про події 2014 року в Україні. "Контекст має значення", - наголосив Прайс.», «Нагадаємо, раніше у цей день глава дипломатії Євросоюзу Жозеп Боррель заявив, що дуже занепокоєний через переміщення Росією її військ біля кордону з Україною та заявив про непохитну підтримку Україні.». Інформація актуальна, не релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.

Також до аналізу ввійшли такі публікації:

- «НАТО застерігає Росію від подальшої ескалації в Україні» публікація на сайті від 06.04.2021 — актуальна, не релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.
- «Борис Джонсон стурбований через переміщення військ РФ біля України» публікація на сайті від 06.04.2021 — актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки позитивна.
- «Двоє українських військових загинули на Донбасі - ООС» публікація на сайті від 06.04.2021 — актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки негативна.
- «Україна шукатиме інше місто замість Мінська для переговорів ТКГ - Резніков» публікація на сайті від 06.04.2021 — не актуальна, не релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.
- «У прикордонних районах на півдні України проводять збори територіальної оборони» публікація на сайті від 06.04.2021 — актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки позитивна.
- «Столтенберг обговорив з Зеленським дії Росії і запевнив у підтримці» публікація на сайті від 06.04.2021 — актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.

- «Україна ініціює екстрене засідання ТКГ» публікація на сайті від 06.04.2021 — актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки негативна.
- «У Києві презентували Центр протидії дезінформації» публікація на сайті від 06.04.2021 — актуальна, не релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки позитивна.
- «Німецька преса про війська Росії на кордоні з Україною: Захід має дати відсіч» публікація на сайті від 06.04.2021 — актуальна, не релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.
- «Кравчук розповів куди можна перенести засідання ТКГ замість Мінська» публікація на сайті від 07.04.2021 — не актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.
- «Кожному по центру. Як у РНБО боротимуться з дезінформацією» публікація на сайті від 07.04.2021 — актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки негативна.
- «Двоє українських військових загинули на Донбасі минулої доби - ООС» публікація на сайті від 07.04.2021 — актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки негативна.
- «Білий дім: США підтримують Україну, але рішення про вступ до НАТО ухвалює Альянс» публікація на сайті від 07.04.2021 — актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.
- «Берлін стримано відреагував на прагнення Києва щодо членства в НАТО» публікація на сайті від 07.04.2021 – інформація актуальна, не релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.
- «РНБО Олексій Данілов: Питання війни залежить лише від Путіна» від 07.04.2021 публікація на сайті – інформація актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.

- «На засіданні ТКГ не змогли узгодити заяву щодо режиму припинення вогню» публікація на сайті від 07.04.2021 – інформація актуальна, релевантна, об’єктивна, зрозуміла, за характером думки негативна.

Отже, розподіляючи новини на три категорії маємо такі результати: війна 38,3%, політика 23,5%, політично-військове спрямування 38,2%.

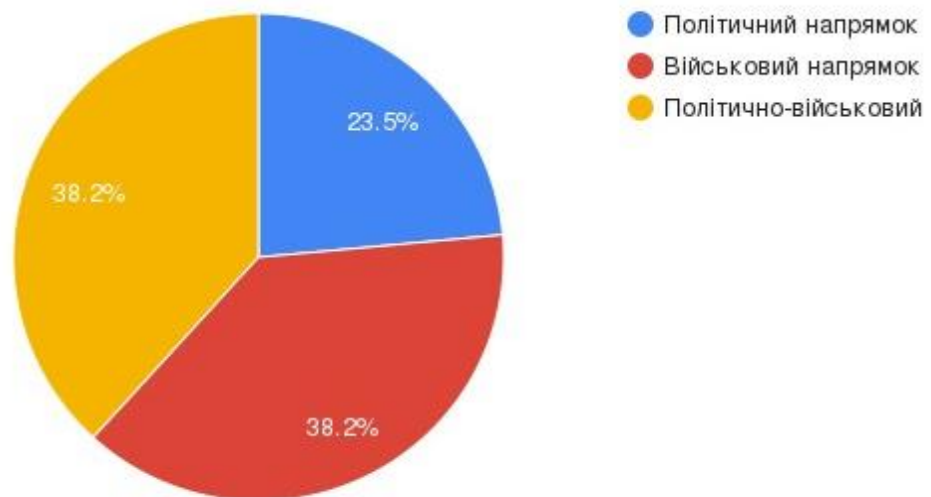


Рисунок 3. Розподілення новин на категорії.

Усі матеріали політично-військового напрямку доповнюють відео сюжети з посиланням на youtube канал DW та зображеннями, які допомагають швидше сприйняти інформацію. Безумовно, новини пов’язані із ситуацією на кордоні України володіють високою актуальністю та релевантністю для читачів.

Більшість новин нейтрального характеру, але є позитивні і негативні, це можуть бути матеріали, які описують погіршення або покращення військової чи політичної ситуації. Наприклад, матеріал «Байден у розмові з Зеленським пообіцяв підтримку перед загрозою з боку РФ» додає позитивного іміджу Україні, адже колективний «захід» непохитний у питаннях захисту українського суверенітету. США гарант безпеки не тільки для України а і для всього демократичного світу. Тому коли звучать такі заяви, це ставить Україну на один рівень з розвиненими країнами. Такою ж є публікація «Вашингтон звернувся до Москви за поясненнями щодо військ біля кордону з Україною», тому що, США виказують активну позицію у питаннях військового конфлікту між Україною та Російською Федерацією, безумовно, це може позитивно вплинути на ставлення

до України, адже на сьогодні США є лідерами демократичного світу, які захищають цінності близькі кожному. Проте, більшість новин військово-політичного напрямку формують образ України як небезпечної та ненадійної держави у реципієнтів, адже участь у збройному конфлікті не дає змогу повністю розкрити економічний та культурний потенціал країни, бо більша частина інформаційного фону про Україну складають саме новини про війну.

2.3. Новини про ситуацію, пов'язану з пандемією COVID-19

Пандемія COVID-19 є однією з найактуальніших тем сьогодення. Спираючись на результати дослідження Яненка Я. В «Особливості репрезентації пандемії COVID-19 в українських інтернет-ЗМІ» тема COVID-19 є пріоритетною для українських інтернет-ЗМІ, про це свідчать різноманітні способи привернення уваги до цієї теми на головних сторінках сайтів українських інтернет-ЗМІ, зокрема введення відповідних розділів, підрозділів та рубрик, часто – у головне меню сайту. [23, с.20]

По відношенню до України DW опублікувало лише 10 матеріалів:

- *«AstraZeneca – що відомо про цю вакцину публікація на сайті від COVID-19» від 01.04.2021. «Водночас використання вакцини AstraZeneca вже призупиняли в ЄС через ризик розвитку небезпечного тромбозу головного мозку у деяких щеплених. Після того, як Європейське агентство з лікарських засобів (EMA) заявило про безпечність препарату, більшість держав Євросоюзу відновили вакцинацію.»*, *«AstraZeneca була змушена трохи зменшити дані щодо ефективності свого препарату: вакцина британсько-шведського концерну захищає у 76, а не у 79 відсотках випадків від COVID-19 із симптомами.»*, *«Експерти також раніше попереджали, що причинно-наслідкового зв'язку між щепленнями та тромбозами встановлено не було. Але занепокоєння викликав той факт, що йшлося передусім про специфічну, досить рідкісну форму тромбозу головного мозку, а не про звичні форми цього захворювання.»* Інформація

актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки позитивна.

- «Коронавірус: у двох областях України виявлено південноафриканський варіант» публікація на сайті від 01.04.2021. *«Міністр охорони здоров'я України Максим Степанов повідомив про поширення британського варіанту коронавірусу у всіх областях України та появу південноафриканського штаму у двох областях.»*, *«Водночас керівник МОЗ додав, що його відомство очікує стабілізації ситуації із захворюваністю на коронавірус після 15 квітня.»*, *«Нагадаємо, 25 березня було зафіксовано рекордну кількість виявлених випадків захворювання на коронавірусну інфекцію COVID-19 в Україні - понад 18 тисяч.»*. Інформація актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.
- «COVID-19 в Україні: кількість госпіталізованих із коронавірусом зростає» публікація на сайті від 02.04.2021. *«Протягом минулої доби в Україні з діагнозом COVID-19 було госпіталізовано 5545 осіб.»*, *« Утім, порівняння із неділею минулого тижня свідчить про висхідну тенденцію у поширенні COVID-19 в країні...»*, *«Відповідно до цих даних, показник у 60 осіб госпіталізованих з COVID-19 на 100 тисяч населення не перевищений лише у Кіровоградській, Луганській та Херсонській областях. Решта регіонів, окрім Криму та Севастополя, дані для яких відсутні, вже перетнули цю межу.»*. Інформація актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки негативна.
- «В Україні підтвердили рекордні майже 20 тисяч заражень коронавірусом за добу» публікація на сайті від 02.04.2021. *«Протягом минулої доби в Україні підтвердили рекордні 19 893 нові випадки інфікування коронавірусом. Того ж дня в країні 433 людини померли з діагнозом COVID-19, що також є новим рекордом, а також було госпіталізовано 5040 осіб.»*, *«Загалом від початку пандемії COVID-19 в Україні коронавірус було діагностовано у понад 1,7 мільйона людей. При цьому*

понад 1,3 мільйона з них уже одужали. Загалом, згідно з офіційними даними, від COVID-19 в Україні померли 33 679 людей.». Інформація актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.

- «Кулеба: До кінця кампанії вакцинації не буде поїздок за кордон» від 02.04.2021. «Міністр закордонних справ України Дмитро Кулеба вважає, що до завершення кампанії вакцинації в країні українцям повноцінні міжнародні поїздки доступні не будуть. Таку думку Кулеба висловив у інтерв'ю виданню Kyiv Post, оприлюдненому в п'ятницю, 2 квітня», «За словами Кулеби, такий стан справ - величезний виклик, тож дипломатія докладає всіх зусиль, щоб такі дружні країни, як Польща, допомогли Україні отримати більше вакцини.». Інформація актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки негативна.
- «У 21 області і Києві госпіталізації із COVID - на рівні «червоної зони»» публікація на сайті від 03.04.2021. «Рівень госпіталізацій із діагнозом COVID-19 у Києві та 21 області України вже три дні поспіль перевищує показник, який визначає приналежність регіонів до так званої "червоної" зони епідемічної небезпеки.», «"Червоний" рівень встановлюється на рівні регіонів, якщо протягом трьох днів перевищено два або більше цільові показники.», «Однак, коли 27 березня МОЗ оприлюднив інформацію, згідно з якою до "червоної" зони потрапило 13 регіонів включно з Києвом, вже через декілька годин МОЗ виключив з цього списку 3 області.». Інформація актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки негативна.
- «Україна уклала договір на поставку 10 мільйонів доз вакцини BioNTech/Pfizer» публікація на сайті від 06.04.2021. «Україна у вівторок, 6 квітня, уклала договір з американською фармацевтичною корпорацією Pfizer на постачання 10 мільйонів доз вакцини проти коронавірусу. Про це повідомив президент Володимир Зеленський.», «Нагадаємо, 9 листопада 2020 року німецький стартап BioNTech і його американський партнер

компанія Pfizer, спираючись на результати багатомісячних клінічних випробувань, оголосили про 90-відсоткову ефективність створеного ними препарату.». Інформація актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки позитивна.

- «Коронавірус: в Україні рекордні показники смертності і госпіталізацій за минулу добу» публікація на сайті від 07.04.2021. «Протягом минулої доби в Україні підтвердили 15 415 нових випадків інфікування коронавірусом. Того ж дня в країні 481 людина померла з діагнозом COVID-19, а також було госпіталізовано 5587 осіб, що є новим рекордом. Про це у середу, 7 квітня, повідомив міністр охорони здоров'я України Максим Степанов на своїй сторінці в соцмережі Facebook.», «Тим часом за останню добу в Україні щеплено 15 585 людей від коронавірусу. Всього ж в Україні з початку вакцинації щеплено 320 265 людей. З них лише дві людини отримали дві дози вакцини. Станом на 1 квітня до листа очікування вакцинації від COVID-19 записалися 419 379 людей.». Інформація актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки негативна.
- «МОЗ України хоче додатково 6,5 мільярда гривень на вакцини від коронавірусу» публікація на сайті від 07.04.2021. «Міністерство охорони здоров'я України просить виділити з держбюджету на 2021 рік додатково 6,5 мільярда гривень на вакцинацію від коронавірусу. Про це у середу, 7 квітня, заявив глава МОЗ Максим Степанов.», «Напередодні президент України Володимир Зеленський заявив про домовленість з американською фармацевтичною корпорацією Pfizer на постачання 10 мільйонів доз вакцини проти коронавірусу.». Інформація актуальна, не релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.

Усі матеріали напрямку пов'язаного з коронавірусною інфекцією доповнюють відеосюжети з посиланням на youtube канал DW та зображеннями. Більшість матеріалів аналітичного характеру про кількість хворих, але є і більш розгорнуті матеріали про вакцинацію. Здебільшого новини, які стосуються

погіршення ситуації або збільшення хворих в Україні є негативними, проте є і матеріали нейтрального характеру, наприклад про постачання вакцини опубліковано декілька матеріалів. Новини про COVID-19 не можуть сильно вплинути на формування іміджу країни, адже пандемія – це актуальна тема більшості країн, тому на нашу думку, не впливає на позитивне або негативне ставлення до України.

2.4. Суспільна тематика

Новини, які стосуються суспільства також є важливими для кожної держави, адже частіше за все, саме вони можуть розказати про устрій життя, характер країни та «буденні» справи українців.

Суспільна тематика охопила лише 6 публікацій:

- «Суд посадив під домашній арешт ще двох учасників акції на Банковій» публікація на сайті від 01.04.2021. *«Печерський районний суд Києва обрав у четвер, 1 квітня, запобіжний захід у вигляді цілодобового домашнього арешту Давиду Гаджимурадову, затриманому учаснику акції протесту біля Офісу президента, що відбулася 20 березня.»*, *«Поліція відкрила кримінальне провадження за фактом подій під час акції. В Офісі президента оцінили завдану від дій протестувальників шкоду на суму в два мільйони гривень.»*, *«Раніше голова Національної поліції України Ігор Клименко пояснив, що за фактом подій біля Офісу президента розслідують кримінальне провадження за чотирма статтями Кримінального кодексу - хуліганство, умисне знищення або пошкодження майна, наруга над державними символами, виготовлення, поширення і публічне використання символіки нацистського режиму.»*. Інформація не актуальна, не релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.
- «Тупицький не прийшов до суду щодо обрання йому запобіжного заходу» публікація на сайті від 02.04.2021. *«Печерський районний суд Києва відклав*

до 7 квітня розгляд клопотання про обрання запобіжного заходу Олександрі Тупицькому через його неявку на засідання.», «В Офісі генпрокурора уточнили, що запобіжний захід обиратимуть у справі, у рамках якої Тупицькому було повідомлено про підозру у вчиненні кримінальних злочинів проти правосуддя (завідомо неправдиві свідчення, поєднані зі штучним створенням доказів захисту, підкуп свідка з метою відмови від надання свідчень), зазначає агентство.». Інформація не актуальна, не релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.

- «Влітку в Україні відбудуться українсько-британські військові навчання Cossack Mace» публікація на сайті від 03.04.2021. «Державна прикордонна служба України (ДПСУ) влітку 2021 року візьме участь у українсько-британських військових навчаннях Cossack Mace-2021, які планується провести на базі одного з навчальних центрів Збройних сил України (ЗСУ)а.», «Зазначається, що ці навчання мають поліпшити сумісність між військовими загонами Великобританії та України. Військові спільно плануватимуть і виконуватимуть операції батальйонно-тактичного рівня.». Інформація не актуальна, не релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.
- «"Google Україна" оштрафували на мільйон гривень» публікація на сайті від 05.04.2021. «Антимонопольний комітет України (АМКУ) оштрафував компанію "Google Україна" на мільйон гривень за ненадання інформації.», «"ТОВ "Гугл" за неподання в установлений строк інформації на вимогу державного уповноваженого АМКУ оштрафовано на 1 мільйон гривень", - зазначається у повідомленні відомства. Відповідне рішення ухвалено 2 квітня.», «АМКУ повідомив, що вреїті-реїт "Гугл" все ж таки надав затребувану інформацію. Це було враховано при визначенні розміру штрафу.». Інформація не актуальна, не релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.

- «Збиття літака МАУ: в Ірані обвинувачують 10 чиновників» публікація на сайті від 06.04.2021. *«Прокуратура Ірану висунула обвинувачення 10 чиновникам у справі про збиття пасажирського авіалайнера МАУ поблизу Тегерана у січні 2020 року, в результаті якого загинули усі 176 людей, які перебували на борту.»*, *«Іран 11 січня 2020 року заявив, що військові країни збили Boeing "помилково". Переговори між Україною та Іраном щодо розслідування трагедії та компенсації за збиття літака тривали з липня минулого року.»*. Інформація не актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.
- «Уряд України схвалив концепцію розвитку кримськотатарської мови» публікація на сайті від 07.04.2021. *«Кабінет Міністрів України схвалив концепцію розвитку кримськотатарської мови.»*, *«В українському уряді нагадали, що збройна агресія Росії проти України, тимчасова окупація Криму та Севастополя призвели до погіршення становища кримськотатарської мови до рівня, який, за оцінками експертів Національної академії наук, відповідає рівню "критичний" за класифікацією ЮНЕСКО, тобто належить до мов, які перебувають під загрозою зникнення.»*. Інформація не актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.

Усі матеріали суспільної тематики доповнюють відеосюжети з посиланням на youtube канал DW та зображеннями. Хоч за характером висвітлення опубліковані матеріали нейтрального характеру, то інформаційні приводи не можуть допомогти формуванню позитивного іміджу, адже більшість новин демонструють нам лише проблемі місця в Українських реаліях, лише дві публікації показують Україну з позитивного боку. Для прикладу, «Уряд України схвалив концепцію розвитку кримськотатарської мови» показує, що Україна підтримує розвиток мов національних меншин, це ставить російську пропаганду в глухий кут. Значить Україна підтримує політику мультикультуралізму. Люди інших національностей можуть відчувати що про них тут думають. Не дивлячись на негативний заголовок, матеріал ««Google Україна» оштрафували на мільйон

гривень» може стати плюсом в формуванні образу України, адже з компанією Google борються багато антимонопольних комітетів в Європі і США, тому ця тема дуже знайома людям за кордоном. І те, що Україна теж в цій темі значить, що тут працюють закони і для монополій. На противагу позитивним матеріалам, на нашу думку, важливим і формуючим ставлення до України є матеріал «Тупицький не прийшов до суду щодо обрання йому запобіжного заходу» тому що, Олександр Тупицький будучи Головою Конституційного суду України не з'явившись на заплановане засідання суду, не тільки виказав свою не повагу до органів правосуддя, представником яких він є, а й користувався службовим становищем у своїх цілях. Така новина може значно погіршити ставлення до України та її судової системи, адже права людини не можуть бути захищені у країні, яка має проблеми з компетентністю та професіоналізмом працівників судової системи.

2.5. Новини економіки

Новини економіки не є популярною темою у висвітленні DW, хоча є досить формуючими для іміджу країни, адже саме новини економічного напрямку можуть сформувавши чітке уявлення про безпеку, рівень життя та стабільність в країні. Усього 5 публікацій були опубліковані за тиждень:

- «Цифрові паспорти прирівняли до звичайних: що зміниться для українців» публікація на сайті від 01.04.2021. *«Внутрішній паспорт громадянина України та біометричний закордонний в додатку сервісу державних послуг "Дія" будуть повними аналогами паперового паспорта чи пластикової ID-картки.»*, *«Для користувачів додатку "Дія" практично нічого не зміниться, розповів DW керівник з розвитку електронних послуг міністерства цифрової трансформації Мстислав Банік.»*, *«Для того, аби запитувати у клієнтів цифровий паспорт через функцію "шерінг", установи та організації мають зареєструватися на порталі "Дія".»*.

Інформація актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.

- «Коментар: Меркель-Макрон-Путін, або Сеанс одностороннього зв'язку» публікація на сайті від 01.04.2021. *«Ангела Меркель (Angela Merkel), Емманюель Макрон та Володимир Путін провели переговори у форматі відеоконфереції, обговоривши, мабуть, усі важливі теми двосторонніх відносин, за винятком, можливо, "Північного потоку-2" та взагалі енергетики.»*, *«Уже втретє, якщо брати до уваги приїзд до Москви верховного комісара з питань зовнішньої політики ЄС Жозепа Борреля та дзвінок Путіну від голови Євроради Шарля Мішеля, європейські лідери демонструють готовність розмовляти з Кремлем без будь-якої надії про що-небудь домовитися.»*, *«Коментар висловлює особисту думку автора. Вона може не збігатися з думкою української редакції і Deutsche Welle загалом.»*. Інформація актуальна, релевантна, суб'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.
- «Брюссель: Призов жителів Криму до армії РФ порушує міжнародне право» публікація на сайті від 01.04.2021. *«У Європейському Союзі назвали порушенням міжнародного гуманітарного права оголошений в анексованому Росією півострові Крим та в місті Севастополь черговий призов до збройних сил РФ.»*, *«У заяві також нагадали про невизнання європейською спільнотою незаконної анексії Криму. "ЄС не визнає і не визнаватиме незаконну анексію Автономної Республіки Крим та міста Севастополя.»*, *«Нагадаємо, напередодні в ООН повідомили про 43 зафіксованих випадки насильницьких зникнень у Криму з початку анексії Криму навесні 2014 року.»*. Інформація актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.
- «Податкова амністія: шанс для економіки чи пільга для багатіїв?» публікація на сайті від 06.04.2021. *«Верховна Рада у вівторок, 15 червня, ухвалила поданий президентом України Володимиром Зеленським пакет законів для запровадження податкової амністії. Її реалізація - одна з*

ключових передвиборних обіцянок Зеленського.», «Усе, що потрібно, - подати декларацію та сплатити збір, розмір якого залежить від розміщення активів. Найменша ставка складає 2,5 відсотка - вона стосуватиметься тих, хто має облигації внутрішньої державної позики (ОВДП).», «Депутати також ухвалили закон, який посилює адмінвідповідальність за неподання декларацій або недекларування доходів.». Інформація не актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.

- «РНБО ввела санкції проти найбільших контрабандистів – Зеленський» публікація на сайті від 02.04.2021. «На думку Данілова, нарощування російською владою військ та озброєння поблизу кордону з Україною має на меті об'єднати росіян проти зовнішнього ворога та відволікти від внутрішніх проблем.», «Данілов стверджує, що з огляду на парламентські вибори в Росії у вересні цього року та внутрішні подразники, як-от заарештований критик Кремля Олексій Навальний, російська влада намагається перевести увагу на зовнішнього ворога.», «Тим часом у Кремлі запевняють, що російські війська переміщуються на території РФ і нікому не загрожують. Цю тезу речник президента Росії Володимира Путіна Дмитро Пєсков знову повторив 7 квітня, мовляв, збройні сили країни перебувають на території РФ там, «де це визнано необхідним та доцільним», цитує агенція новин «Інтерфакс».» Інформація актуальна, релевантна, об'єктивна, зрозуміла, за характером думки нейтральна.

Усі матеріали які стосуються економіки доповнюють відео сюжети з посиланням на youtube канал DW та зображеннями. Хоч кількість новин економічного спрямування не велика, проте їхня наявність може істотно впливати на імідж країни, адже економіка є однією з найважливіших сходинок у розвитку країни. Наприклад, матеріал «РНБО ввела санкції проти найбільших контрабандистів» негативно позначиться на іміджі країни, адже РНБО впливає на розвиток подій, коли це загрожує національній безпеці. Відповідно контрабанда досягла такого рівня, що загрожує безпеці, і система правосуддя

вже не може це вирішити. На противагу цій публікації, більш позитивного іміджу додає стаття «Брюссель: Призов жителів Криму до армії РФ порушує міжнародне право», бо ще раз нагадує хто стоїть на передовій протистояння з Росією. Україна мирна країна яка ніколи не порушує міжнародне право. На фоні подій з призову в Криму, Україна виглядає осередком свободи, демократії, миру та верховенства міжнародного права.

ВИСНОВОК

Сьогодні ЗМІ можуть впливати на аудиторію, створюючи певну картину світу, яка багато в чому залежить від того, які саме теми журналісти обирають і у який спосіб їх доносять до реципієнта. Опрацювавши низку соціологічних досліджень, покликаних дослідити проблематику медійного контенту, можемо констатувати, що ЗМІ здебільшого зосереджують увагу громадськості на кількох ключових суспільних проблемах. Споживачі інформації не тільки отримують фактичну інформацію про актуальні події, а й, свідомо чи підсвідомо, формують ставлення до окремої проблеми, ґрунтуючись на акценті, зробленому на ній у новинах. Газети дають безліч підказок і нагадувань про важливість тем у щоденних новинах: головна історія, інші «важливі» матеріали – на першій сторінці, також широко використовуються довгі інтригуючі та інформаційні заголовки тощо. Ключовими словами щодо України в європейській пресі науковці визначають такі: війна, бідність Крим, Росія, вторгнення, окупація, анексія, Східна Європа, Київ, безлад, нестабільність, корупція, боротьба з корупцією.

Телевізійні новини також пропонують численні підказки щодо важливості: початкова історія випуску новин, тривалість часу, присвяченого розповіді тощо. Ці сигнали, що повторюються день за днем, ефективно передають важливість кожної теми. Іншими словами, ЗМІ можуть визначити акцент уваги громадськості до тієї невеликої групи питань, навколо яких формується громадська думка, саме цей ефект М. МакКобс і Д. Шоу називали «Теорією порядку денного». Проте формування «порядку денного» залежить також від дотримання журналістських стандартів, етичних журналістських кодексів, оскільки саме вони визначають і роблять журналістику якісною, об'єктивною, актуальною та чесною.

Проблеми Інтернет-журналістики, на нашу думку, полягає у міксуванні журналістики з блогерством, що тягне за собою ігнорування журналістських стандартів, жанрової специфіки творів; трапляються випадки підміни фактів

власною думкою автора, або думкою групи людей. На сьогодні, сучасні ЗМІ формують думку українців, використовуючи певні прийоми та технології. Створення певного порядку денного певної тематики змушує реципієнта приймати позицію, потрібну власнику ЗМІ.

Формуючи думку читача про певну проблему, засоби масової комунікації формують імідж країни в очах її громадян та іноземців. Образ країни є дуже важливою складовою розвитку та популяризації держави, тому питання іміджу України у сучасних умовах є актуальним та вагомим для українців. Згідно з результатами опитувань, більшість жителів європейських країн пов'язують Україну з питаннями війни, небезпеки, безробіття та економічних проблем. Звичайно, висвітлення Українських новин у європейських ЗМІ впливають на думку європейців. В умовах глобалізації, розмивання національних культур і стирання кордонів між державами імідж країни набуває особливо значної ролі. Він стає важливою соціальною цінністю, від наявності та якості якої багато в чому залежить успіх політичної та економічної діяльності держави у зовнішній політиці та соціальна стабільність, стійкість її внутрішньополітичних процесів.

Deutsche Welle або DW – німецький державний міжнародний мовник, що фінансується з федерального податкового бюджету Німеччини. Новинний портал www.dw.com доступний 30 мовами. Сьогодні це потужний бренд, який транслює новини у більшість країн та займає високі позиції серед інших медіа. На підставі результатів контент-аналізу інтернет-порталу «Deutsche Welle» можемо зробити висновок, що більшість публікацій стосуються висвітлення України у політично-військовій тематиці – усього 36 матеріалів (63%): новини політичного спрямування – 13, політично-військовий напрямок – 15, тільки про війну в Україні – 8. Новини, які стосуються COVID-19 нараховують 10 публікацій (17,5%), матеріали на суспільну тематику – 6 (10,5%), і економічна галузь налічує менш за все – 5 (9%). Актуальність публікацій обраного порталу на високому рівні, про що свідчить 41 опублікований матеріал з 57 проаналізованих у період з 01.04.2021 по 07.04.2021. Більшість проаналізованих матеріалів є релевантними для реципієнта, кожна публікація містить посилання

на Youtube канал з новинами схожої тематики. Також, матеріали підкріплюються фотографіями, що візуально допомагає сприймати інформацію та підсилює їхню емоційність.

Ситуація в Україні зараз стає вагомим інформаційним приводом у закордонних ЗМІ через стан війни. Усе частіше об'єктом гучних заголовків є українські політичні та воєнні події. Україна, відповідно до аналізу провідних соціологічних досліджень, здебільшого сприймається як ненадійна країна. Проте українська редакція німецького мовника залишається нейтральною та висвітлює інформацію згідно зі стандартами журналістики, про це свідчить прозорість, об'єктивність та зрозумілість кожного проаналізованого матеріалу. Хоча, звичайно, основною тематикою є питання війни та політичних дій української влади.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анохін Є. В. Імідж країни: проблеми формування та управління // Проблеми сучасної економіки. К., 2014. №. 3 (51).
2. Василенко Я. Тенденції висвітлення іміджу України в англо-американських ЗМІ // Організаційний комітет. – С. 162
3. Гаджиев К. С. Имидж государства в конфликте идеологий. М.: Андалус, 2007. 128 с.
4. Галумов Е. А. Имидж против имиджа. М., 2005. 10 с.
5. Глинская И. Ю. Политические механизмы формирования позитивного имиджа России : автореф. дис. д-ра полит. наук. : 23.00.02. М., 2010. 23 с.
6. Городенко Л. М. Засоби масової інформації в контексті громадської думки: формування, функціонування, жанрові прийоми: автореф. дис. канд. філол. наук. Київ, 10.01.08. 2003. 19 с.
7. Евстафьев Д. Интегрированные коммуникации как глобальная реальность XXI века М.: «ЕРА», 2013. 652 с.
8. Зацепина И. А. Понятие социальных проблем и их отражение в масс-медиа. Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы Всерос. науч.- метод. конф. Т. 25. Современ. проблемы массовых коммуникаций. Оренбург, 2010. С. 2774–2777.
9. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. 2004.
10. Коломенський М.А. Формування зовнішньополітичного іміджу сучасної Росії. 2008.
11. Ліпман У. Громадська думка / перекл. з англ. Т. В. Барчунової. М: Інститут Фонду «Громадська думка», 2004. 384 с.
12. Ньюман Л. Анализ качественных данных // Социологические исследования. 1998. №12. С.101-114.
13. Підручний М. В. Суспільна думка як соціальний інститут // Праці БДТУ. Серія 6: Історія, філософія. 2020. №. 2. 239 с.

14. Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии. М.: Центр, 2003. 381 с.
15. Семченко О. А. Імідж України в інтерпретації закордонних ЗМІ. Науковий часопис НПУ імені МП Драгоманова. Серія 22: Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін. 2013. №. 10. С. 87-91.
16. Сидорская И. В. Связи с общественностью в системе информационно-коммуникационной деятельности. 2014. № 2. С. 75-78.
17. Цвик В. Л. Телевизионная журналистика : История, теория, практика М.: Аспект Пресс, 2004. 382 с.
18. Титаренко Л. Г. Соціологія громадської думки. Мінськ, 2013. 43 с.
19. Тулупов В. В. Профессиональные и этические стандарты журналистики в свете проблемы снижения доверия к прессе. // Журналист. Социальные коммуникации. 2012. № 1 (5). С. 41-44.
20. Фруктова Я. Внешний имидж Украины через призму зарубежных СМИ. Минск : БГУ, 2016. С. 306–311.
21. Хорошилова Л. Г. Базовые профессиональные стандарты как основа качественной журналистики //Межкультурные коммуникации: русский язык в современном измерении. – 2018. – С. 193-196.
22. Цин Ц. Формирование имиджа страны в медиасфере как информационно-коммуникационная деятельность : материалы конференции «Международная журналистика – 2018: глобальные вызовы, региональное партнерство и медиа». Минск : БГУ, 2018. С. 176–179.
23. Яненко Я. В. Особливості репрезентації пандемії COVID-19 в українських інтернет-ЗМІ. Образ. 2020. Вип. 2 (34). С. 15–23. DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2020.2\(34\)-15-23](https://doi.org/10.21272/Obraz.2020.2(34)-15-23)
24. Андрусів С. М., Шкляр В. І., Дуцик Д. Р. Політичний дискурс ЗМІ України світовому інформаційному просторі. – 2005.
25. Ільїн І. В., Леонова О. Г. Роль и значение имиджа страны в условиях глобализации. // Соціально-гуманітарні знання. 2008. №. 5. С. 17–27.

26. Костенко Н. В., Іванов В. Ф. Досвід контент-аналізу: Моделі та практики: Монографія. К. : Центр вільної преси, 2003. 140 с.
27. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник. / за наук. редакцією В. В. Різуна. 2010. 258 с.
28. Техника дезинформации и обмана / под ред. Я. Н. Засурского – М.: Книга по Требованию, 2013. 244 с.
29. Звіт з моніторингу дотримання профстандартів в онлайн-медіа. Третя хвиля моніторингу у 2021 році. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/zvit-z-monitoryngu-dotrymannya-profstandartiv-v-onlajn-media-tretya-hvylya-monitoryngu-u-2021-rotsi-i41374>
30. Опитування «Як сприймають Україну в країнах ЄС?» / Електронний ресурс. – URL: http://neweurope.org.ua/wp-content/uploads/2020/11/What-is-Ukraine-s-perception-in-the-EU_ukr_web.pdf
31. Cantril H., Gaudet H, Herzog H. The invasion from Mars: A study in the psychology of panic. Princeton (NJ), 1940.
32. Christians CG, Glasser TL, McQuail D, et al. (2009) Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies. Urbana, IL: University of Illinois Press.
33. Masayuki, Saito «International Broadcasters Confronted with Great Changes» 2014. URL: https://www.nhk.or.jp/bunken/english/reports/pdf/report_14030101-2.pdf
34. McCombs M. The agenda-setting role of the mass media in the shaping of public opinion. Mass Media Economics 2002 Conference, London School of Economics: URL: <http://sticerd.lse.ac.uk/dps/extra/McCombs.pdf>. – 2002
35. McQuails D. Mass Communication Theory / D. McQuails. - London: Sage. - 6th ed, 2010. - 632 p.
36. Sjurts, I. Gabler Kompakt-Lexikon Medien: 1.000 Begriffe nachschlagen, verstehen und anwenden (in German). Gabler Verlag. 2010. p. 43.

37. Viswanath K., Ramanadhan S., Kontos E. Z. Mass media. Macrosocial determinants of population health. Springer, New York, NY, 2007. – P. 275-294.
38. Walter Lippman. Public opinion. New York: The Macmillan company, 1945.
39. "Ausarbeitung: Vergleich der Sender CNN, Deutsche Welle, BBC und CCTV" Bundestag (in German). 24 February 2014.
40. "DW introduces new website and TV program | DW | 5 February 2012". Deutsche Welle. Retrieved 26 March 2020. URL: <https://www.dw.com/en/dw-introduces-new-website-and-tv-program/a-15714267>
41. "Who we are". Deutsche Welle. Retrieved 15 May 2015. URL: <https://www.dw.com/en/who-we-are/s-30788>
42. OOH 2016 UN Statistical Yearbook. URL: <https://www.unhcr.org/statistics/unhcrstats/5a8ee0387/unhcr-statistical-yearbook-2016-16th-edition.html>