

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ІСТОРИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**  
КАФЕДРА ДЖЕРЕЛОЗНАВСТВА, ІСТОРІОГРАФІЇ ТА СПЕЦІАЛЬНИХ  
ІСТОРИЧНИХ ДИСЦИПЛІН

**Кваліфікаційна робота**  
**магістра**

на тему «Українська проблематика в періодиці  
Канади та США (2014-2019 рр.)»

Виконав: магістрант II курсу, групи 8.0329-і  
спеціальності 032 історія та археологія  
освітньої програми історія  
Прокопенко Семен Євгенійович

Керівник доцент кафедри джерелознавства та  
спеціальних історичних дисциплін, доцент, к.і.н.  
\_\_\_\_\_ Іріюглу Ю.О.

Рецензент доцент кафедри джерелознавства та  
спеціальних історичних дисциплін, доцент, к.і.н.  
\_\_\_\_\_ Савченко І.В.

Запоріжжя  
2020 рік

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Історичний факультет  
Кафедра джерелознавства, історіографії та  
спеціальних історичних дисциплін  
Рівень вищої освіти: другий (магістерський)  
Спеціальність: 032 історія та археологія  
Освітня програма: історія

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри джерелознавства,  
історіографії та спеціальних  
історичних  
дисциплін  
Головко Ю.І.  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 року

**З А В Д А Н Н Я**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА СТУДЕНТУ**

Прокопенку Семену Євгенійовичу

1. Тема роботи: Українська проблематика в періодиці Канади та США (2014-2019 рр.), керівник роботи: к.і.н., доцент Іріюглу Ю.О., затверджені наказом ЗНУ від «30» квітня 2020 року № 505-с
2. Строк подання студентом роботи: 03 грудня 2020 року
3. Вихідні дані до роботи: Globe and Mail. URL: <https://www.theglobeandmail.com> (дата звернення: 02.12.2020); Toronto Star. URL: <https://www.thestar.com> (дата звернення: 02.12.2020); National Post. URL: <https://www.nationalpost.com> (дата звернення: 02.12.2020); USA Today. URL: <https://www.usatoday.com> (дата звернення: 02.12.2020); New York Times. URL: <https://www.nytimes.com> (дата звернення: 02.12.2020); Wall Street Journal. URL: <https://www.wsj.com> (дата звернення: 02.12.2020).
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): проаналізувати літературу та джерела з теми дослідження, визначити методологічну базу дослідження; визначити ступінь впливу періодики в умовах інформаційного суспільства; проаналізувати сучасний стан репрезентації медіа контенту періодичними виданнями; виявити особливості побутування «української проблематики» в медіа просторі; розробити питання напрямків висвітлення подій в Україні періоду 2014–2019 рр. у англomовній періодиці США та Канади..

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): відсутній.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняла
Розділ 1	Іріюглу Ю.О.	28.04.2020	28.04.2020
Розділ 2	Іріюглу Ю.О.	13.09.2020	13.09.2020
Розділ 3	Іріюглу Ю.О.	03.10.2020	03.10.2020

7. Дата видачі завдання: 28 квітня 2020 року.

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітка
1.	Вступ. Вивчення проблеми, опрацювання джерел та публікацій	квітень, 2020 р.	<i>виконано</i>
2.	Написання першого розділу	травень 2020 р.	<i>виконано</i>
3.	Написання другого розділу	вересень 2020 р.	<i>виконано</i>
4.	Написання третього розділу	жовтень 2020 р.	<i>виконано</i>
5.	Написання висновків, комп'ютерний набір роботи	листопад 2020 р.	<i>виконано</i>

Студент \_\_\_\_\_ С.Є. Прокопенко

Керівник роботи \_\_\_\_\_ Ю.О. Іріюглу

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер \_\_\_\_\_ С.С. Черкасов

**РЕФЕРАТ**  
**УКРАЇНСЬКА ПРОБЛЕМАТИКА У ПЕРІОДИЦІ**  
**КАНАДИ ТА США (2014-2019 рр.)**

**Ключові слова:** періодика; засоби масової інформації; інформація; інформаційне суспільство; США; Канада; Україна; інформаційна агресія.

Кваліфікаційна робота складається з 91 сторінки, має 94 позиції у списку джерел та літератури.

**Об’єкт дослідження:** англomовна періодика США та Канади як фактор формування образу України у суспільній думці цих країн.

**Предмет дослідження:** напрямки та зміст висвітлення української проблематики у періодиці Канади та США.

**Мета роботи:** визначення характеру та основних тенденцій висвітлення української проблематики у англomовній періодиці США та Канади.

Відповідно до поставленої мети виникає необхідність розв’язання таких дослідницьких завдань:

1. Визначити ступінь впливу періодики в умовах інформаційного суспільства;
2. Проаналізувати сучасний стан репрезентації медіа контенту періодичними виданнями;
3. Виявити особливості побутування «української проблематики» в медіа просторі;
4. Розробити питання напрямків висвітлення подій в Україні періоду 2014–2019 рр. у англomовній періодиці США та Канади.

**Наукова новизна** роботи полягає у розширенні вивчення теми впливу ЗМІ на суспільство, об’єктивізації висвітлення України у інформаційному просторі США та Канади, впливу періодики на суспільство у цих країнах, спробі переосмислення місця періодики у джерельній базі історичних досліджень та спробі її класифікації як історичного джерела.

В ході дослідження автором було зроблено наступні **висновки**:

1. Розвиток інформаційного суспільства докорінно змінив форму існування періодики, що викликає потребу перегляду періодики як історичного джерела;
2. Задля коректного опрацювання масиву періодичних джерел необхідно розробити нові підходи до класифікації, збереження та інтерпретації періодики як історичного джерела;
3. В українському науково-експертному середовищі досліджуються питання висвітлення української проблематики у глобальному інформаційному просторі, проте кількість робіт за цією тематикою залишається незначною;
4. «Українське питання» зникає зі свідомості міжнародного суспільства, Україна перетворюється в його очах із суб'єкту на об'єкт міжнародних відносин;
5. Зацікавленість Україною у суспільствах США та Канади згасає, що чітко ілюструється значним зменшенням повідомлень у засобах масової інформації;
6. Інформаційна політика української держави наразі не в змозі адекватно відповідати на виклики сучасності, особливо з огляду на російську інформаційну агресію, що створює ймовірність вкорінення ідеї «Ukraine is a failed state».

**SUMMARY**  
**THE UKRANIAN ISSUES IN THE USA AND CANADIAN**  
**PERIODICALS (2014-2019)**

**Key words:** periodicals; mass media; information; informational society; USAQ; Canada; Ukraine; informational aggression.

Qualification work consists of 91 pages, contains 94 sources, monographs and articles.

**Research object:** English-language periodicals of USA and Canada as a factor of shaping Ukraine's image in the public opinion of these countries.

**Research subject:** trends and contexts of Ukrainian issues coverage in the periodicals of Canada and United States.

**Purpose of study:** to determine the nature and main trends of Ukrainian issues coverage in the English-language periodicals of epy United States and Canada.

In accordance with the purpose, the following **research tasks** require to be solved:

1. To determine the level of influence of periodicals in the informational society;
2. Analyze the current state of media content representation by periodicals;
3. Identify the features of the «Ukrainian issue» in the media space;
4. To determine the directions of Ukraine's events coverage in the period of 2014–2019 in English-language periodicals of the USA and Canada.

**The novelty of work** lies in expanding the study of media impact on society, objectification of Ukrainian issues coverage in the information space of the United States and Canada, the impact of periodicals on society in these countries, an attempt to revise the role of periodicals as a historical source.

In process of research work, the following **conclusions** were made:

1. The development of informational society has radically changed the periodicals form of existence, which necessitates the revision of periodicals as a historical source;
2. For the correct processing of periodical sources it is necessary to develop new approaches to the classification, preservation and interpretation of periodicals as a historical source;
3. Ukrainian scientific and expert community studies the features of Ukrainian issues coverage in the global information space, but the number of works on this topic remains insignificant;
4. The «Ukrainian question» disappears from the minds of the international community, Ukraine becomes transforms from a subject to an object of international relations in their eyes;
5. Interest in Ukrainian matters in US and Canadian societies is fading, which is clearly illustrated by the significant reduction in media coverage;
6. The information policy of the Ukrainian state is currently unable to respond to today's challenges, especially in the context of Russian informational aggression, which creates the possibility of rooting the statement – «Ukraine is a failed state».

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП .....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. СТАН НАУКОВОЇ РОЗРОБКИ ПРОБЛЕМИ, ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА ТА ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ...</b>	<b>6</b>
<b>РОЗДІЛ 2. ПЕРІОДИКА ЯК ІСТОРИЧНЕ ДЖЕРЕЛО: СУЧАСНИЙ ВИМІР.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1. Інформаційне суспільство та ЗМІ.....</b>	<b>18</b>
<b>2.2. Періодика як історичне джерело у світлі теорії інформації.....</b>	<b>25</b>
<b>2.3. Проблеми класифікації та інтерпретації періодики .....</b>	<b>36</b>
<b>РОЗДІЛ 3. УКРАЇНСЬКА ПРОБЛЕМАТИКА В АНГЛОМОВНІЙ ПЕРІОДИЦІ КАНАДИ ТА США.....</b>	<b>42</b>
<b>3.1. Концепція джерельної вибірки та тематичного аналізу.....</b>	<b>42</b>
<b>3.2. Українська проблематика крізь призму медіа-аналітики.....</b>	<b>50</b>
<b>3.3. Українська проблематика у медійному просторі Канади та США..</b>	<b>57</b>
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>67</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....</b>	<b>71</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>81</b>



## ВСТУП

**Актуальність** роботи обумовлена глибинною суспільною трансформацією сучасного світу. Відбувається формування інформаційного, або ж постіндустріального суспільства, яке приходить на заміну суспільству індустріальному. Процеси формування інформаційного суспільства нерозривно пов'язані за своєю природою з такими явищами як глобалізація, комп'ютеризація, інтенсифікація інформаційного потоку, розвиток громадянського суспільства. Головною цінністю інформаційного суспільства є, власне, інформація, яка одночасно виступає як основний ресурс суспільства, так і в якості засобу виробництва нової інформації. Глобалізація інформаційного поля неминуче призводить до загострення інформаційної боротьби, протистояння різних соціально-політичних груп у інфопросторі. Головним рупором масового пропагування ідей та поширення інформації у сучасному світі виступають засоби масової інформації. Використання засобів масової інформації дозволяє проводити екстраполяцію ідей на значні маси населення, формувати певну позицію у суспільства відносно ряду питань.

Засоби масової інформації у сучасному світі – це меч та щит інформаційної боротьби. Періодика становить значну та невід'ємну частину системи ЗМІ, а отже є важливим об'єктом для історичного дослідження. У ситуації ідеологічної та інформаційної агресії Росії питання інформаційного супроводу конфлікту є життєво важливим для існування України як держави. Наразі гостро стоїть питання підвищення рівня інформаційної безпеки не тільки українського, але й глобального інфопростору. Як показали події останніх років, у сучасному світі не існує жодного повністю убезпеченого від стороннього втручання інформаційного середовища.

Дослідження та аналіз інформаційного простору західних країн-стратегічних партнерів дозволить отримати актуальну інформацію щодо ставлення суспільства цих країн до подій в Україні, визначити відповідні напрямки роботи по формуванню актуального образу України у глобальному

інформаційному полі, виробити систему заходів для протидії російським інформаційним агентам. Також важливою є можливість залучення позитивного досвіду західних держав у сфері розбудови незалежного та захищеного інформаційного простору.

В умовах жорсткої інформаційної конфронтації життєво необхідним є поглиблення стратегічного партнерства та суспільного порозуміння. Дослідження періодики США та Канади як частини глобальної системи засобів масової інформації є важливим завданням для сучасної української історичної науки.

**Об'єктом** обрано англomовну періодику США та Канади як фактор формування образу України у суспільній думці цих країн.

**Предметом** дослідження визначено напрямки та зміст висвітлення української проблематики у періодиці Канади та США.

**Метою** дослідження є визначення характеру та основних тенденцій висвітлення української проблематики у англomовній періодиці США та Канади.

Відповідно до поставленої мети виникає необхідність розв'язання таких **дослідницьких завдань**:

- визначити ступінь впливу періодики в умовах інформаційного суспільства;
- проаналізувати сучасний стан репрезентації медіа контенту періодичними виданнями;
- виявити особливості побутування «української проблематики» в медіа просторі;
- розробити питання напрямків висвітлення подій в Україні періоду 2014–2019 рр. у англomовній періодиці США та Канади.

**Хронологічні межі** роботи – визначені періодом з 2014 по 2019 роки. Нижня дата дослідження обумовлена початком активної фази російської агресії в Україні, що призвело до радикальних змін у геополітичній та інформаційній ситуації, верхня межа обумовлена датою проведення

дослідження.

**Географічні межі** відповідають державним кордонам США та Канади, оскільки досліджується медіа-простір цих країн.

**Наукова новизна** отриманих результатів полягає у розширенні вивчення теми впливу ЗМІ на суспільство, об'єктивізації висвітлення України у інформаційному просторі США та Канади, впливу періодики на суспільство у цих країнах, спробі переосмислення місця періодики у джерельній базі історичних досліджень та спробі її класифікації як історичного джерела.

**Теоретичне значення** роботи полягає у можливості використання запропонованих у роботі критеріїв класифікації для досліджень пов'язаних з періодичними виданнями; залученні зарубіжного досвіду функціонування системи засобів масової інформації; розробки напрямків роботи задля підвищення статусу України у суспільствах країн-партнерів.

Структура роботи підпорядкована меті та завданням дослідження. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, що містять шість підрозділів, висновків, списку використаних джерел та літератури обсягом 94 найменування, додатків. Обсяг основної частини роботи складає 68 сторінок комп'ютерного тексту, загальний обсяг курсової (магістерської) роботи – 91 сторінка.

## РОЗДІЛ 1

### СТАН НАУКОВОЇ РОЗРОБКИ ПРОБЛЕМИ, ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА ТА ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Від здобуття незалежності українська наукова думка почала швидко розвиватися, шукати шляхів до інтеграції зі світовим науковим середовищем. Характерними ознаками цього є формування нового стилю мислення, розмаїття методологічних підходів, науковий прагматизм та орієнтація на сучасний ринок ідей [19].

Зокрема, у історичній науці поряд з переосмисленням історії минулого розвиваються ідеї історії сучасності. За твердженням П. Нора: «сучасна історія – це історія без істориків», функції історика сьогодення знаходиться на перетині між журналістикою та соціальною антропологією. Сучасна історія подається такою, якою її нав'язують ЗМІ, історія стає продуктом мас-медіа, «якщо серце сучасної історії десь і б'ється, то не а тиші архівів, а в гаморі редакційного офісу, або в штовханні прес-конференції» [34].

За останні роки все більше зростає розуміння непересічної ролі ЗМІ у процесі становлення сучасного світового суспільства, що знаходить своє послідовне відображення в українській науці. Наразі існує велика кількість робіт, що досліджують різні аспекти впливу ЗМІ на суспільство, історичний процес, сучасність.

Вплив засобів масової інформації на політичний простір української держави, конкретні суспільно-політичні процеси вивчали українські дослідники, такі як Ю. Гайдук, В. Зінчук, Л. Лойко, О. Проскуріна та Б. Станкевич. Питання дослідження міри впливу ЗМІ на суспільні процеси регулярно викликають дискусії між різними науковими школами та традиціями, однак незаперечним є факт значного, якщо не вирішального, впливу ЗМІ на процеси політичні. Завдяки своїй здатності масового поширення повідомлень, ЗМІ сприяють, або ж запобігають, формуванню певного світобачення у великих груп людей, через поширення та

непоширення певних поглядів, вибіркоче приділення уваги до певних тем.

Внаслідок розвитку політико-культурної сфери рядом дослідників порушується питання про появу нової політичної культури, культури кумулятивного соціального ефекту статево-вікових, расових, етнонаціональних та інших політично значущих розколів, які значною мірою класові розшарування. Тенденції нової політичної культури починають проникати й в українську політичну культуру, яка ще не завершила становлення політичної культури демократичних перетворень. Домінуючими в українському суспільстві поки що залишаються традиційні цінності, що виявляється у специфіці тлумачення ідей демократії, плюралізму, ринку. В цих умовах, звичайно, важко поки що говорити про динаміку культурного організму України, оцінювати глобалізаційні аспекти української політичної культури. Ця проблема потребує серйозного дослідження. Одне можна сказати напевне: в умовах глобалізації українська політична культура буде трансформуватися, оскільки сучасні інформаційні потоки й комунікації стануть поступово розмивати демократичний традиціоналізм [20;31;38;41].

Одним із напрямків у дослідженнях пов'язаних із ЗМІ у сучасній історичній науці є питання визначення ролі періодичних видань у становленні та розвитку української державності. У цьому питанні окремо стоїть діаспоральна періодика, яка на протязі довгого часу підтримувала та плекала ідеї українства і продовжує це робити і зараз.

Українська еміграційна преса від початку свого існування відігравала роль засобу зв'язку як між емігрантами, так і з батьківщиною, сприяла захисту суспільних інтересів українства, розвивала почуття національної самосвідомості та гордості, пропагувала цінності та чесноти українського народу, перешкоджала асиміляційним процесам. Українські видання є важливим чинником суспільно-культурного життя українського народу, попри те що вони були довгий час відгороджені від України та української преси і не впливали на неї безпосередньо. В умовах асиміляційного тиску та відірваності від національного коріння українська журналістика відіграла

непересічну роль у збереженні національно-державницької ідеології в еміграції та поверненні традицій державності до України у 1991 році. Українська еміграційна періодика створила широке комунікаційне поле для української діаспори, уможливила публічну дискусію щодо потреб українського політичного, культурного, господарського і наукового життя, разом з тим вона закликає до консолідації нації, нагадує про зв'язок з батьківщиною [48].

Дослідженням явища української еміграційної преси на американському континенті займалася низка українських науковців, серед яких Б. Лановик, М. Траф'як, С. Матейко, З. Матисякевич, М. Марунчак, О. Хімяк та інші.

Не залишилася без уваги і вітчизняна преса, низкою українських науковців, зокрема А. Костиревим, В. Литвином, В. Гайдамакою та А. Слюсаренком досліджувався вплив української преси безпосередньо на становлення незалежної України. У фокусі уваги їх досліджень – події 1990-х років, зокрема підтримка обговорення «Акту про незалежність України» на шпальтах українських видань. Не дивлячись на різноплановість впливів, висвітлення державотворчого процесу з різних точок зору допомогло суспільству сформуванню певних позицій й поведінку щодо подальшої розбудови нової держави, загалом підвищило рівень організованості й цілеспрямованості процесів державного будівництва [20].

Суспільне мовлення як процес і як явище, його місце у системі інформаційної комунікації стало предметом дослідження багатьох науковців, зокрема, Ю. Біденко В. Цимбалука, О. Шевчука та інших, які в тих чи інших ракурсах досліджують окремі питання еволюції ЗМІ та їх трансформацію в рамках розгортання інформаційного простору в світі та в Україні. Нажаль, проблема функціонування суспільного мовлення як необхідної умови розгортання інформаційно-комунікаційних зв'язків на етапі трансформації українського суспільства та його інтеграції у світовий інформаційний простір досліджені мало [18;42;49;51].

У сучасній Україні наразі відсутня система узгоджених ідеологем

здатних принести конструктив у національну систему ЗМІ, натомість спостерігаються негативні тенденції, які можуть призвести до розладу суспільних відносин. На даний момент очевидно, що без незалежних якісних засобів масової інформації побудувати інформаційне суспільство в Україні неможливо. Без розробки концепції державної інформаційної політики поява якісних мас-медіа може розтягнутися на роки. Вибір XXI століття – аналітична журналістика, й іншого шляху не існує.

Оскільки в Україні є тенденція до орієнтації на Захід, повинна існувати певна інформаційна відкритість українського суспільства. Інформація має стати засобом позитивного зображення країни у суспільній думці світової громадськості. Зацікавленість в ліквідації уявлення про Україну як про корумповану, слаборозвинуту країну повинні проявляти і фінансові і громадські кола, надаючи допомогу в заснуванні політично незаангажованих мас-медіа [17;49].

Пов'язаним із дослідженнями місця суспільного мовлення в українському суспільстві та місця ЗМІ у становленні сучасної інформаційної держави є дослідження питань правового забезпечення функціонування інформаційного простору в Україні. Проблематиці, пов'язаній з інформаційним правом, присвячено ряд публікацій таких дослідників, як В. Цимбалюк, О. Кузнецова, О. Проскуріна, М. Карашук, та інших [25;38;49;50].

Аналіз мас-медіа законодавства дозволяє зробити висновок, що в ньому комплексно застосовуються методи публічного і приватного права: приписи, дозволи, заборони, визначення імперативних і диспозитивних норм, що є основним методом інформаційного права як комплексної галузі права. Проте наразі назріла необхідність переходу від декларування певних принципів до прагматичного відпрацювання реальних механізмів функціонування інформаційного ринку України. Можна визначити основні напрями подальшого розвитку інформаційної сфери України: удосконалення правових засад діяльності Національної ради України з питань телебачення і

радіомовлення, збільшення інвестиційної привабливості українського медіаринку, впровадження суспільного мовлення, забезпечення розширеного виробництва національного інформаційного продукту, реформування системи регулятивних механізмів для забезпечення якісного зростання економічної, технологічної та змістовної складових національного медіаринку, законодавча реалізація принципу незалежності ЗМІ, розробка правових механізмів мінімізації можливостей впливу на інформаційну діяльність ЗМІ; реформування національного інформаційного законодавства відповідно до європейських та світових стандартів. Важливою віхою на шляху до становлення модерного законодавства з регуляції інформаційного поля має стати створення Інформаційного кодексу України, який би у повній мірі регулював правовідносини інформаційного суспільства [25].

Такі вчені як О. Стадніченко, А. Сухорукова та А. Сіленко у своїх роботах досліджують питання взаємозв'язку суспільства, ЗМІ та особистості. Засоби масової інформації відіграють велику роль у становленні особистості ті її поглядів. Через зв'язок з інформаційним простором свого суспільства особистість переймає його традиції та знання, формує власний світогляд. Отже наявність демократично організованих ЗМІ, що здатні подавати об'єктивну картину реальності, це не тільки гарантія стабільності демократичної держави, але й гармонійного розвитку особистості [40;42;43;45].

Мас-медіа подають інформацію про події, що впливають на повсякденне життя, аналіз цих подій, оцінки та прогнози, сприяють розвитку суспільної комунікації, налагодженню відносин між громадськими організаціями, політичними партіями і неурядовими організаціями, тощо. Разом з тим, засоби масової комунікації мають велику кількість негативних рис і характеристик, стосуються маніпулятивної подачі інформації, проблемі «новин на замовлення» у першу чергу. Відбувається не лише вибіркова подача фактів, але й тлумачення подій у відповідному ракурсі з метою створити завчасно спланований образ у думці суспільства. Не меншою негативною тенденцією



носить гонитва мас-медіа агентів за сенсаціями, що породжує упередженість, однобокiсть і дріб'язковiсть матеріалів, пропонуванiх суспiльству.

Важливою запорукою формування та розвитку громадянського суспiльства в Україні є наявність доступу у громадян та суспiльних структур до актуальної та достовiрної інформації, iнструментiв перевiрки інформації та безпечного середовища інформаційної взаємодії. Вільне поширення інформації – ефективний iнструмент захисту прав і свобод людини, формування адекватної громадської думки та підтримки демократичних засад державності. Оцінюючи сильні і слабкі сторони iнфокомунікаційних технологій, зокрема Інтернету, не можна не визнати, що вони справді відіграють нині унікальну роль у процесах суспiльного розвитку. Інтернет безпрецедентно розширює масштаби соціальної комунікації та збільшує обсяги і варіативність доступної інформації. Також Інтернет уможливив виникнення та бурхливий розвиток нових ефективних механізмів політичної мобілізації громадян [40;45].

У фокусі робіт А. Яціва, Г. Лавриненка, Л. Хахули, О. Балашової та Н. Качинської знаходиться вплив ЗМІ на формування іміджу України у міжнародному інформаційному просторі. Дослідження експертних оцінок, моніторинг ЗМІ та аналіз рейтингового іміджу Україну приводить до висновків про невтішний стан репутації української держави на міжнародному рівні. Сучасний імідж України перешкоджає реалізації національних інтересів, стає на заваді формуванню партнерських стосунків з iншими країнами, залученню iноземних iнвестицій та веденню національного бізнесу за кордоном, а також створює загрозу національній безпеці в певних сферах. Поглиблює проблемність ситуації відсутність адекватної державної інформаційної політики та іміджевої стратегії, зволікання з проведенням життєво важливих внутрішньополітичних та соціально-економічних реформ [16;26;47;53].

Закономірності функціонування та безпека інформаційної сфери держави в умовах сучасності стали предметами для дослідження ряду

дослідників, серед яких І. Малик, В. Ліпкан, Ю. Максименко, В. Василюк, В. Желіховський, С. Климчук та О. Литвиненко. Інформаційний простір суспільства є надзвичайно чутливим до зовнішніх впливів, особливо в умовах становлення демократичних інститутів, залишається неформленою система стійких безпекових фільтрів та механізмів розповсюдження, споживання і відбору, інформаційного продукту. За таких умов держава легко стає об'єктом спланованого інформаційного впливу, а з огляду на слабкий інформаційний захист, постає загроза не лише інформаційному, але й державному суверенітету [32;33;29].

Інфопростір української держави знаходиться у процесі оформлення, нагальними є питання впровадження бази правового забезпечення функціонування інформаційної сфери та створення плюралістичної системи суспільного телерадіомовлення, які б могли гарантувати більш незалежну і неупереджену систему подачі інформації; зразком для запровадження таких механізмів можуть послугувати розвинуті демократичні країни з потужною традицією незалежних ЗМІ. Хоча поява доктрини інформаційної безпеки України визначила основні правила щодо забезпечення інформаційної безпеки держави та окреслила основні засади інформаційної безпеки України і встановила місце інформаційної безпеки в системі забезпечення національної безпеки, практична її реалізація залишається на незадовільному рівні [29].

Ряд дослідників, зокрема В. Коцур та А. Трофімов займаються дослідженням ролі національних ЗМІ у протидії світовому тероризму. Терор сьогодні – це потужний засіб впливу в політичній, економічній, соціальній та інформаційній сфері. Роль ЗМІ у питаннях пов'язаних з тероризмом має декілька концептуальних підходів, адже високий рівень впливу терористичних актів досягається в першу чергу через широке освітлення у мас-медіа; в інцидентах, пов'язаних із захопленням заручників, ЗМІ періодично виступають джерелом інформації для терористів і анулюють зусилля рятувальних служб; державні структури використовують ЗМІ щоб викликати обурення світової спільноти діями країни чи групи, що прибігає до

терористичних методів [30].

З огляду на це, актуальним є проведення аналізу на предмет того, що саме хочуть терористи від засобів масової інформації; що від них хоче державна влада і до чого прагнуть самі мас-медіа, висвітлюючи проблеми міжнародного тероризму. Тільки за умови визначення цих позицій національні медіа будуть спроможні адекватно протидіяти проявам тероризму та захищати демократичний та суспільний інтерес [46].

Нерозривно пов'язана з глобалізаційними та інформаційними процесами економічна сфера, цей зв'язок досліджують О. Ісайкіна, Л. Шабаліна, О. Шевченко, В. Петрушевська, О. Балашова та інші [15;23]

Наразі на фінансову сферу Україну впливають три основні чинники: глобалізація усієї світової економіки; інтеграція в ЄС та інтеграційні процеси фінансових ринків країн, що входять у СНД. Нажаль, за показниками рівня відкритості економіки, що є критеріями глобалізації та ринковості, Україна займає низьке місце у світових рейтингах. Для покращення цієї ситуації необхідно визначити параметри й тенденції розвитку сучасного світового простору та фінансового ринку загалом та розробити механізми та стратегії, що дозволять адекватно включити українську економіку у тренди глобалізації.

Визначною рисою світових економічних відносин стає інтенсивний розвиток фінансової глобалізації із залученням національних економік у світову фінансову систему, посилення їх взаємозалежності. Відображенням цих процесів є виникнення та активний розвиток єдиного інформаційного простору. Від швидкості інтеграції України у глобальний простір залежить її частка в світових фінансових потоках та обсязі залучених в економіку інвестицій, а відповідно і якнайшвидший вихід країни з кризового стану. Отже для розв'язання економічних питань необхідним є покращення рівня інтеграції у світове інформаційне суспільство, налагодження роботи ЗМІ задля створення позитивного міжнародного іміджу та сприятливої для співробітництва атмосфери [24].

Необхідність проведення якісних аналітичних досліджень зарубіжних

ЗМІ задля корекції іміджевої та інформаційної політики української держави усвідомлюється багатьма спеціалістами. Дослідна група «Vox Ukraine» та ряд науковців з кафедри журналістики та філології Сумського державного університету створили аналітичні дослідження на тему висвітлення української проблематики у зарубіжних ЗМІ [15;67;70;73]. Проектна група Інституту політичних і етнонаціональних досліджень НАНУ провела дослідження на тему висвітлення українського питання у аналітичних працях зарубіжних вчених [23].

Особливостям функціонування журналістики в Україні також приділяє увагу ГО «Детектор медіа», аналітичною групою якої було проведено дослідження на тему «Висвітлення конфлікту на сході українськими медіа: досліджуючи принципи, засади діяльності та журналістські практики». [61].

Дослідженнями ЗМІ та періодики як історичного джерела займалися такі вчені як С. Шмідт та І. Ковальченко, ними було запропоновано засади класифікації та методології опрацювання джерел що походять із засобів масової інформації у якості джерела для історичного дослідження [27;52].

Також не обходить ці питання і західна наукова думка, серед сучасних дослідників питаннями специфіки залучення інтернет-джерел займаються О. Блумфільд, Ш. Джейкобс, С. Айер та інші. Багато уваги приділяється соціальним мережам та електронним виданням, оскільки вони містять пласт цінної інформації для історичного дослідження, потребують вироблення якісно нових підходів до принципів класифікації та обробки джерел, з огляду на постійно збільшувані обсяги інформації та специфіки форматів існування цієї інформації [13;14].

Можемо побачити, що в сучасному науково-експертному середовищі України уповні усвідомлюється необхідність розвитку досліджень пов'язаних із ЗМІ. Історична наука також має реагувати на становлення нового потужного інструменту формування дійсності, яким є засоби масової інформації. Зарубіжні дослідники вже включаються у процес розробки нових принципів та методів опрацювання масивів інформації з мережі Інтернет у

якості джерела для досліджень, українським науковцям не слід відставати.

Проведення аналізу світової системи ЗМІ наразі є як ніколи актуальним для України, з огляду на продовжувану російську інформаційну агресію, необхідність широкого залучення світової спільноти до співпраці. Такі дослідження дозволять розробити адекватну інформаційну стратегію, існування якої є обов'язковою умовою для збереження української державності.

Джерельною базою для проведення дослідження було обрано електронні версії найбільш впливових та найбільш поширюваних періодичних видань Канади та США за період з 2014 по 2019 роки. Для більш повної репрезентації було обрано по три видання, таких, що займають різні політичні позиції. Так для дослідження канадського медіа простору використано матеріали «Globe and Mail», «National Post» та «Toronto Star». Ці видання є абсолютними лідерами за кількістю друкованих примірників та кількістю унікальних відвідувачів сайту на місяць [62;64]. Також ці видавництва мають довгу історію, користуються неабияким авторитетом у своєї аудиторії і є активно впроваджують новітні технології у своїй діяльності. Так, «Globe and Mail» веде свою історію з 1844 року, з 1965 року має статус «національна газета», сайт видання було запущено вже у 1995 році. «National Post» є продовжувачем традицій «Financial Post», історія якого починається 1907 року, у 1998 році на основі «FP» створено «NP», тоді ж започатковану й електронну версію. «Toronto Star» започатковано 1892 року, електронна версія з'являється наприкінці ХХ ст. Наразі всі три видання поширюють свою продукцію у вигляді друкованих примірників, електронних версій на офіційних сайтах, а також через мобільні додатки, соціальні мережі та відеохостинг YouTube. Рівень безперечної довіри аудиторії до цих інформаційних агентств становить 50-60% [55], а «Globe and Mail» навіть має статус «newspaper of record», тобто є загально визнаним авторитетом у питанні достовірності публікованої інформації.

Так само лідерами думок та тиражів є і видавництва, обрані для

репрезентації інформаційного простору США [63;66]. «USA Today» започатковано у 1980 році, вже у 1995 році запущено сайт, у 2000 році запущено проект «USA Today Live», який дозволив локальним новинним агентствам користуватися офіційною інформацією видання у режимі онлайн. Загалом, «USA Today» стала впровадником багатьох інновацій у сфері ЗМІ, наразі є провідним медіа за швидкістю імплементації нових технологій розповсюдження. Історія «New York Times» бере початок у 1851 році, вже у 1980 році видавництво починає створювати електронні примірники, а у 1996 році розпочинається робота офіційного сайту. «NYT» довго мав беззаперечний статус «newspaper of record», але останніми роками частково втратив довіру через низку скандалів, у яких було викрито викривлення інформації на користь ліберальних суспільно-політичних організацій, попри це, рівень довіри до матеріалів «NYT» є одним з найвищих в країні [66]. «Wall Street Journal» було започатковано на початку 1880-х років, у 1996 році було запущено сайт, а вже у 2004 – мобільний додаток, що зробило «WSJ» одним із першопроходців нової платформи. Наразі «WSJ» офіційно має статус «newspaper of record», вважається найбільш неупередженим та авторитетним видання у США [66].

Для аналізу було обрано лише повідомлення з офіційних сайтів видавництв, оскільки доступ до фізичних примірників, або ж їх оцифрованих версій, є доволі проблематичним та потребує чималої матеріальної бази, а контент уміщений у соціальних мережах та мобільних додатках потребує розробки окремих підходів, так само як і системне опрацювання матеріалів, розміщених на YouTube. Період з 2014 по 2019 роки обраний з огляду на продовжувану російську агресію, адекватне висвітлення якої зарубіжними медіа є життєвим питанням для України.

Провідними методами, використаними у дослідженні стали методи аналізу та синтезу, а також статистичний аналіз, частково задіяні механізми кількісного контент аналізу. Об'єктом для проведення статистичного аналізу було обрано абсолютну кількість згадок слова «Ukraine» у матеріалах видань

за обраний період, з огляду на недоступність спеціальних інструментів аналізу, таких як алгоритми машинного навчання та тематичного моделювання з використанням штучного інтелекту. Зрозуміло, що існує похибка пошукових алгоритмів, а також слід враховувати різний характер зберігання інформації та алгоритмів підбору матеріалів на різних платформах, проте це не створює суттєвого викривлення для висвітлення загальних тенденцій та контексту подачі української проблематики, які є об'єктом дослідження. У ході роботи було розроблено критерії для розподілу та порівняння аналізованої інформації, що дозволило прослідкувати специфіку висвітлення української проблематики у досліджуваних виданнях та створити загальну картину.

Перспективним видається проведення кількісного контент аналізу досліджуваної джерельної бази, а також створення вибірки для проведення якісного контент аналізу із залученням машинних алгоритмів та штучного інтелекту. Проведений у рамках дослідження аналіз носить загальний характер і дозволяє відобразити головним чином динаміку висвітлення української проблематики, залишає широкий простір для проведення подальших досліджень, інформативні можливості джерела залишаються значними.

## РОЗДІЛ 2

### ПЕРІОДИКА ЯК ІСТОРИЧНЕ ДЖЕРЕЛО: СУЧАСНИЙ ВИМІР

#### 2.1. Інформаційне суспільство та ЗМІ

Сучасне світове суспільство знаходиться у процесі глибинної трансформації. Відбуваються процеси глобалізації та інформатизації суспільства, що послідовно веде до змін у сфері суспільної взаємодії. На даний момент формується глобальне інформаційне суспільство, у якому ЗМІ відіграють ключову роль як механізм виробництва та розповсюдження найвищої цінності – інформації. Періодика як частина ЗМІ активно задіяна у процесі розвитку інформаційного суспільства та видозмінюється відповідно до вимог сучасності.

Ведучи розмову про інформаційне суспільство та особливості його функціонування необхідно визначитися зі змістом цього поняття, а також пов'язаних понять, таких як інформація, глобалізація, громадянське суспільство, засоби масової інформації.

Інформація – ключове поняття на сучасному ступені існування суспільства, що визначає його характер та специфіку функціонування. Науковці надають велику кількість визначень цього поняття відповідно до сфери застосування. У контексті сучасного етапу існування людської спільноти це поняття набуває широкого кола значень: інформація є одночасно повідомленням, середовищем, засобом виробництва, інструментом для світосприйняття та вираження реакції на оточуюче. Інформація – унікальний ресурс, який продукує людство у процесі свого існування, кількість генерованої суспільством унікальної інформації є одним з найважливіших показників його розвитку. Поняття інформації переважна більшість вчених відносить до загальнофілософських категорій, таких як час, простір, тощо. Зокрема, інформація трактується як – заперечення ентропії; комунікація і зв'язок, у процесі яких усувається невизначеність; передача розмаїтості; міра складності структур; ймовірність вибору [80].



Питання визначення поняття «інформація» актуальним, враховуючи переосмислення ролі інформації у якості ключового чинника економіки та побуту. Відповідно до економічної теорії, інформація – це дані, відфільтровані для конкретних людей, проблем, цілей і ситуацій. Вартість інформації визначається як час керівників і підлеглих, витрачений на збір інформації, а також фактичні витрати, пов'язані з аналізом ринку, оплатою машинного часу, використанням зовнішніх консультантів, тощо. У контексті наук про управління, інформація – це всі відомості, знання, повідомлення, які допомагають вирішувати певне завдання найефективнішим способом. Відповідно до теорії інформації – це міра усунення невизначеності знання в одержувача повідомлення про стан об'єкта або про якусь подію.

У контексті проведеного дослідження пропонується послуговуватися таким визначенням інформації: «Інформація – це універсальна субстанція, що пронизує усі сфери людської діяльності, слугує провідником знань та думок, інструментом спілкування, взаєморозуміння та співробітництва, утвердження стереотипів мислення та поведінки» [80].

Інформаційне суспільство – концепція розвитку цивілізації, форма постіндустріального суспільства у якому інформація є найбільшою цінністю. Характерними рисами інформаційного суспільства є наступні: збільшення ролі інформації і знань в житті суспільства; зростання кількості людей, зайнятих інформаційними технологіями, комунікаціями і виробництвом інформаційних продуктів і послуг, зростання їх частки у валовому внутрішньому продукті; зростання інформатизації та ролі інформаційних технологій в суспільних та господарських відносинах; створення глобального інформаційного простору, який забезпечує ефективну інформаційну взаємодію людей, їх доступ до світових інформаційних ресурсів і задоволення їхніх потреб щодо інформаційних продуктів і послуг [75].

Пропонуємо звернутися до визначень інформаційного суспільства, вироблених в ході міжнародного співробітництва. «Всесвітній саміт з питань інформаційного суспільства» створив таке визначення: Інформаційне

суспільство – це суспільство, орієнтоване на людей, відкрите для всіх і спрямоване на розвиток, в якому кожен може створювати інформацію і знання, мати до них доступ, користуватися та обмінюватися ними, даючи змогу окремим особам, громадам і народам повною мірою реалізувати свій потенціал, сприяючи своєму сталому розвитку та підвищуючи якість свого життя [84];

«Європейська комісія» пропонує наступне визначення: «Інформаційне суспільство – це суспільство, економіка якого базується на інформаційних технологіях і яке соціально трансформується з метою допомогти індивідам та спільнотам використовувати знання та ідеї, що допомагає людям втілити їх потенціал та реалізувати їх прагнення» [86];

Відповідно до «Окінавської хартії глобального суспільства», «Інформаційне суспільство – це суспільство, яке утворюється внаслідок нової індустріальної революції на базі інформаційних та телекомунікаційних технологій та на базі інформації, яка є виразником знання людей. Завдяки технологічному прогресу в такому суспільстві оброблення, накопичення, отримання і обмін інформацією в будь якій її формі– звуковій, письмовій або візуальній – не обмежені за відстанню, часом та обсягами. Ця революція додає великих можливостей людському інтелекту і створює ресурси, що змінюють спосіб суспільної праці і суспільного життя» [88].

Можемо побачити, що попри певну розбіжність в акцентах, інформація визначається як основний інструмент формування принципово нового рівня розвитку суспільства.

Засоби масової інформації (ЗМІ) – всі види медіа-технологій, які впливають на велику аудиторію через передачу інформації за допомогою засобів масової комунікації. Технології, за допомогою яких відбувається ця комунікація, мають велику варіативність способів виведення інформації. До ЗМІ входять: друкована преса, газети та журнали, радіо, телебачення та інтернет-сайти, які надають інформацію у всіх відтінках цього поняття [76].

Глобалізація – сукупність процесів, скерованих на всесвітню політичну,

економічну, інформаційну, культурну інтеграцію та уніфікацію. Зазвичай виділяють три основні сфери глобалізації: економічну, культурну та політичну [74].

Громадянське суспільство – невід’ємна складова формування інформаційного суспільства. Пропонується визначення громадянського суспільства, надане Дж. Александером: «Громадянське (цивільне) суспільство – це сфера спілкування, взаємодії, спонтанної самоорганізації і самоврядування вільних індивідів на основі добровільно сформованих асоціацій, захищена необхідними законами від прямого втручання і регламентації з боку держави та у якій переважають громадянські цінності» [18;35;44].

ЗМІ є надпотужним, практично всеохоплюючим інструментом для формування і поширення ідей, створення та розповсюдження інформації, а отже є невід’ємною частиною інформаційного суспільства, одним з основних засобів глобалізації та обов’язковим елементом громадянського суспільства. Періодика, у свою чергу є невід’ємною складовою системи ЗМІ.

Громадянське та інформаційне суспільство нерозривно пов’язані одне з одним та процесами глобалізації. Для створення повноцінного розвинутого інформаційного простору необхідне існування розвинутих громадських інституцій, що в змозі забезпечувати належний рівень невтручання держави у інформаційну сферу життєдіяльності суспільства, захист прав і свобод особистості та громадянина. В свою чергу існування розвинутого інформаційного поля держави є необхідною умовою для включення в процеси глобальної інтеграції на належному рівні, що в свою чергу підвищує темпи розвитку громадянських інституцій.

В реаліях сьогодення недооцінення впливу процесів глобалізації та інформатизації на життєдіяльність суспільства та держави створює загрозу державній безпеці. Україна наразі є країною з відносно високим рівнем інтегрованості глобальні інформаційні та економічні процеси [68], за даними Швейцарського економічного інституту наша країна посідає сорок п’яту

позицію у світовому індексі глобалізації [56]. Економічна, політична, суспільна сфери включені до загальносвітових процесів, є активним реципієнтом для цих процесів, але, нажаль, вплив України на світове поле є неістотним.

Адекватне включення у глобальний інформаційний процес на сьогодні є одним із викликів, що стоять перед українською державою. Особливої актуальності це набуває з огляду на російську територіальну та інформаційну агресію по відношенню до України. Підвищення рівню інтеграції у загальносвітові процеси та збільшення питомої ваги українського сегменту у цих процесах є чи не найважливішою задачею для української держави та суспільства. Від того, наскільки повно та своєчасно будуть вирішені ці проблеми залежить подальша доля української держави та її місце у загальноісторичному процесі на тривалий період.

З огляду на вище зазначене, дослідження періодики як невід'ємної частини ЗМІ є актуальним питанням для сучасної історичної науки, оскільки дозволяє більш повно осягнути процеси, які відбуваються у сучасному світі. В умовах становлення глобального інформаційного суспільства визначення та дослідження основних джерел розповсюдження інформації є вкрай важливим завданням, оскільки ці джерела мають визначний вплив на формування сучасного світу.

Стрімкий розвиток Інтернет-технологій та збільшення кількості видів пристроїв, що надають доступ до всесвітньої павутини, сприяють тому, що все більше частина суспільного життя переміщується у віртуальний простір. Сьогодні людина може забезпечити себе всім необхідним, не виходячи з власної домівки, при цьому одним з найбільш розповсюджених товарів в Інтернеті є видавнича продукція. Актуальності питанням щодо майбутнього паперових видань додають фінансові кризи. Подорожчання поліграфічних матеріалів і послуг позначається на ціні друкованих видань, а відтак призводить до зменшення кількості споживачів друкованої продукції. Все більше періодичних видань повністю, або ж частково переходять на

електронну форму випуску, шукають різних шляхів економії та впровадження платних послуг. На ринку стає більше аудіокниг, а в Інтернеті різноманітних тематичних агрегаторів та альтернативних джерел постачання інформації [22].

Видання активно розробляють стратегії подальшого розвитку та боротьби за ринок, замовляють наукові дослідження суспільних тенденцій щодо традиційних паперових і електронних видань. Головними питаннями у цих дослідженнях є наступні: яким є майбутнє співвідношення електронних та паперових видань; чи повинні електронні видання бути безкоштовними та як зробити прибутковою електронну складову комбінованих, тобто таких, що мають друковану та онлайн версії, видань. Наприклад, «Financial Times» зробила доступ до власних матеріалів на сайті платним, те саме роблять й інші відомі видання. Кілька польських видавців домовились здійснити низку заходів, щоб змусити Інтернет-портали оплачувати користування їх матеріалами. Американське хімічне товариство повністю відмовилось від випуску серії своїх журналів у паперовому вигляді, так само як і британський журнал «Ecologist» та інші. Навіть компанія «Google» заговорила про платний доступ до деякої ексклюзивної або вузькоспеціальної інформації [39].

Концерн «Alex Springer» виділив три основні напрямки стратегії виживання. По-перше, це впровадження нових Інтернет-сервісів на платній основі, різноманітні передплатні послуги. По-друге, боротьба з агрегаторами новин та іншої інформації («Google», «Bing», т.і.), зокрема, заборона на безкоштовне користування власним контентом, впровадження обов'язкових ліцензійних угод, що передбачатимуть платне користування матеріалами видавців для агрегаторів. І, по-третє, оптимізація роботи працівників – запуск нових проектів без розширення штату, багатопланове використання однієї інформації, тобто створення різних тематичних спеціалізованих блоків в електронному та паперовому вигляді для цільових аудиторій. Майбутнє електронних ресурсів – цікавих, відомих і прибуткових – у створенні якісних та інформативних проектів, які будуть втілюватися переважно в онлайн-форматі. Перспективними серед безлічі Інтернет-ресурсів є тільки ті, які

можуть запропонувати користувачеві ексклюзивний продукт, а у подальшому зможуть створювати спеціальні сервіси, зокрема галузеві [39].

Так само підпорядковуються світовим тенденціям періодичні видання Канади та США, при цьому останні часто їх задають. На даний момент всі видання переживають трансформаційні процеси, активно адаптуються до умов існування у реаліях глобального інформаційного суспільства. Всі видання, включені у дослідження, наразі існують у комбінованій формі, з яскравим переважанням онлайн-сегменту. Разом з друкованою частиною видавництва існує інтерне сайт, який включає не тільки інформацію, що з'являється у фізичних примірниках, але й ексклюзивний контент. Доступ до основних масивів інформації є платним, для безкоштовного ознайомлення доступні часто лише фрагменти статей, або ж тільки огляд заголовків та коротка інформації про їх зміст. Аналітичні дослідження доступні виключно за передплатою. Також активно охоплюється сегмент соціальних мереж та відео-хостингів, зокрема YouTube, хоча це у більшій мірі притаманно американським виданням, канадські є значно більш консервативними у своїх підходах до форм розповсюдження інформації.

Слід враховувати, однак, що обрані для дослідження видання мають характер глобальних, чимало локальних періодичних видань залишаються переважно у друкованій формі, зокрема франкомовні канадські, також це стосується «провінційних» американських видань. Це пояснюється невеликою територією поширення та вподобаннями більш консервативної аудиторії.

Завдяки тому, що мережа Інтернет дозволяє вільно розповсюджувати інформацію не лише у текстовому вигляді, а й у аудіо та відео форматах, видання мають можливість збільшувати свою аудиторію за допомогою альтернативних форм подачі контенту. Це відкриває дискусію щодо визначення змісту поняття «періодика», адже за формальними ознаками продукт створений комбінованими видавництвами може характеризуватися як періодика, хоча при цьому є далеким від класичного розуміння цього поняття [82].

Окремою темою є питання про визначення статусу та місця у сфері мас-медіа інструментів зворотнього зв'язку всіх форм, наприклад коментарі, що також мають різні формати, тематичні чат ресурси, секції запитань до редакції видання, тощо. Сучасний рівень розвитку інформаційних технологій дозволяє у більшості випадків миттєво реагувати на будь-що в Інтернеті, включаючи статті періодичних видань, наразі такі інструменти зворотнього зв'язку становлять важливий сегмент будь-якої мас-медіа платформи.

Також відкритим є питання щодо класифікації блогерства як явища. Матеріали ряду блогерів принаймні частково відповідають формальним ознакам періодики. Звичайно, з огляду на специфіку подачі інформації та велику варіативність форм цієї подачі у блогах, вкрай складно ідентифікувати видову приналежність цього явища, але це є нагальною потребою епохи, з огляду на широке охоплення та значний вплив на аудиторію.

Майбутнє періодичних видань на даний момент полягає у швидкій адаптації до нових форм відтворення та подачі інформації, гібридизацію підходу до видавничої справи. Переважна більшість авторитетних видань уповні розуміють вимоги часу, впроваджують активну діяльність задля адекватного включення у нову систему функціонування інформаційного середовища. В свою чергу, неадаптовані видання приречені на збитковість та зникнення, оскільки не зможуть конкурувати за аудиторію.

## **2.2. Періодика як історичне джерело у світлі теорії інформації**

З розвитком інформаційних технологій та становленням інформаційного суспільства аудиторне охоплення ЗМІ, а отже і періодики, перманентно зростає, інформаційні потоки інтенсифікуються, що призводить до інформаційної перенавантаженя. Через перенасичення інформаційного поля основним джерелом сприйняття інформації про світ для сучасної людини часто стає певне, обмежене, відносно стає коло медіа-агрегаторів, які виступають у якості авторитета і значно впливають на світогляд своєї аудиторії. Часто відомості, що їх реципієнт отримує з авторитетного медіа-

агрегатора, сприймаються некритично, «на віру», інформація не перевіряється, особливо коли мова йде про події віддалені у просторі-часі, ще в більшій мірі це стосується таких подій, що носять контраверсійний характер. Таким чином, періодика як частина ЗМІ виступає одним із інструментів формування суб'єктивної реальності для своєї аудиторії, що робить її важливим об'єктом для історичного дослідження.

Наскільки великим є обіг періодики у досліджуваних країнах, тобто США та Канаді, наскільки аудиторія довіряє інформації яку отримує? Щотижнево у Канаді поширюється майже 34 мільйони друкованих примірників, середній показник унікальних відвідувачів на місяць становить приблизно 1,5-2 мільйони для сайтів найбільших інформаційних агентств [54]. Дев'ять з десяти канадців принаймні раз на тиждень читає газету, чи в онлайн-форматі, чи у друкованому вигляді, при цьому 50-60% аудиторії повністю або майже повністю довіряють отриманій інформації [60]. Загальний середній обіг щоденних друкованих видань у США коливається у межах 28-31 мільйонів примірників, залежно від дня тижня. Середній показник унікальних відвідувачів для сайтів 50 найбільших інформагентств становить 11 мільйонів на місяць [57]. Показник повної або переважної довіри до отриманої інформації коливається у межах 38-42 відсотків від аудиторії [66]. Слід також враховувати, що рівень недовіри до інформації суттєво знижується, коли інформація продукована групою, до якої відносить себе людина, чи то політичною, чи то соціальною [59], тобто довіра до близьких за громадською позицією ЗМІ, швидше за все, є ще вищою.

Як бачимо, періодичні видання мають значний вплив на суспільство Канади та США, справді виступає як потужний інструмент формування суспільної думки. Тому дослідження інформації, уміщеної у цих виданнях, допомагає дослідити перебіг та специфіку висвітлення певних подій та явищ, зокрема української проблематики, рівень уваги до цього питання у суспільстві.

Складно уявити собі історичне дослідження, яке б охоплювало період



інформаційного суспільства, і не звертало уваги на засоби масової інформації. ЗМІ стали вагомою частиною реальності, їх роль продовжує зростати, в інформації, ними продукованій, знаходять відображення всі аспекти життя сучасного суспільства. Отож необхідно виробити системний підхід до створення, зберігання, класифікації, обробки та аналізу контенту ЗМІ задля забезпечення належного рівня введення цієї інформації у обіг в якості історичного джерела.

Використання методів опрацювання історичного джерела, вироблених у світлі вчення про інформацію дозволяє найбільш повно розкрити інформативні можливості періодики як джерела. Для з'ясування того, якою мірою існуючі уявлення про історичне джерело можуть бути підтверджені і поглиблені з позицій вчення про інформацію, необхідно зупинитися на основних положеннях цього вчення [27]. Це непросте завдання, адже незважаючи на наявність великої кількості літератури про інформацію, багато питань ще залишаються невирішеними. Разом з тим багато закономірностей інформаційних процесів, корінні риси і властивості інформації з'ясовані в достатній мірі. Існує ряд підходів у визначенні загальної сутності інформації як явища. Найбільш широке діалектико-матеріалістичне визначення інформації зводиться до наступного. Інформація – це відбиття різноманітності явищ об'єктивного світу. Отже інформація являє собою реалізацію властивості матерії до відбиття, тобто відтворення рис одних об'єктів в інших у змінній формі в результаті їх взаємодії [27].

Інформаційні процеси є органічною частиною суспільного життя. Постійний обмін інформацією, відомостями про різні явища і процеси дійсності з тим, щоб успішно виконувати свою соціальну роль, управляти численними об'єктами навколишнього світу, керувати самим собою, колективами людей – неодмінна умова функціонування і розвитку суспільства, життя і розвитку кожної людини. Інформація необхідна для спілкування, регулювання та управління, науково-пізнавальної діяльності, освіти і виховання. Тому справедливо стверджувати, що прогрес суспільства у

самій загальній формі залежить від його матеріально-енергетичної та інформаційної оснащеності. У визначенні сутності соціальної інформації можна виділити два основні підходи, що виходять з більш вузького і більш широкого погляду на інформацію. Перший підхід пов'язує соціальну інформацію зі знанням. При цьому інформацію становить та частина знання, яка використовується для активної дії, тобто з метою збереження якісної специфіки, вдосконалення і розвитку системи. Значить, соціальна інформація це активна, діюча частина знання [27].

Невикористана частина знань – потенційна інформація. У більш широкому трактуванні соціальна інформація є результатом відображення суспільством соціальної форми руху матерії в тій мірі, в якій вона використовується суспільством, включена в орбіту суспільного життя. У цьому визначенні інформація виступає як сукупний результат відображення людьми об'єктивної дійсності, тобто вона не обмежується тільки знанням. Щоб вирішити, наскільки правомірні зазначені визначення, необхідно розглянути суть інформаційного процесу і породжувані їм особливості інформації.

Інформаційний процес в сфері соціального життя – складне поєднання об'єкта, суб'єкта та інформації. Об'єкт, тобто будь-який прояв незалежної від суб'єкта дійсності, є джерелом інформації для суб'єкта. Ця інформація не може бути нічим іншим, як відображенням у свідомості суб'єкта рис і властивостей дійсності. Як свідомо і цілеспрямована істота суб'єкт, взаємодіючий з навколишньою дійсністю, завжди прагне отримати інформацію для досягнення певних цілей. Тому в інформаційному процесі завжди має місце прагматичний аспект, а сама інформація, і новопридбана, і отримана раніше, може розглядатися в аксіологічному, ціннісному плані, і в цьому відношенні цілком правомірним є виділення інформації потенційної та актуальної, тобто використовуваної для досягнення поставлених цілей. Розгляд інформації в прагматичному аспекті і є основою для характеристики інформації як чинного знання. Однак обсяг і характер інформації, що виникає

в інформаційному процесі, аж ніяк не визначаються тільки тією метою, для якої вона створюється [27].

Органічна властивість інформаційного процесу полягає в тому, що завжди поряд з тією інформацією, яку суб'єкт прагне отримати навмисно, витягується ще й інформація надлишкова. Це відбувається тому, що різноманіття і безмежність властивостей і взаємозв'язків явищ об'єктивного світу призводять до того, що при їх відображенні у свідомості суб'єкта поряд з рисами, які фіксуються цілеспрямовано, неминуче відбиваються і такі, які можуть і не цікавити суб'єкта. Тому крім прагматичного аспекту інформація має ще й семантичний, змістовний аспект. У семантичному плані надзвичайно важливим є питання про співвідношення в інформації, з одного боку, тієї інформації, яка засвоювалася усвідомлено, очевидна суб'єкту і може бути використана їм і, з іншого боку, тієї, яка залучена і зафіксована мимоволі і тому неочевидна, безпосередньо не виражена для суб'єкта. Зазначені два види інформації прийнято називати інформацією вираженою, яка сприймається, та інформацією прихованою, або, як інакше її називають, пов'язаною чи структурною. Прихована інформація відображається через виражені риси і властивості явищ, властиві їм взаємозв'язки. Оскільки взаємозв'язки характеризують насамперед структуру об'єктів реального світу цю інформацію і називають структурною [27].

Різнманіття та складність взаємозв'язків, їх прихований характер і опосередковане віддзеркалення через інші риси й властивості об'єктів роблять інформацію про них найчастіше прихованою, безпосередньо не вираженою для суб'єкта. У загальному обсязі інформації, одержуваної суб'єктом в будь-якому інформаційному процесі, інформація прихована перевищує інформацію виражену. Це обумовлено тим, що взаємозв'язків, притаманних тим чи іншим об'єктам, явищам і процесам, завжди набагато більше, ніж безпосередньо характеризують їх ознаки. При цьому зі збільшенням обсягу інформації обсяг прихованої інформації зростає значно швидше, ніж вираженої. Виникнення в інформаційному процесі вираженої та прихованої інформації означає, що в

семантичному, змістовному плані інформація являє собою складний результат відображення суб'єктом об'єктивної реальності, який включає в себе як видимий компонент, який є знанням, так і ту частину відображення реальності, яка зафіксована, але залишається невідомою суб'єкту або не усвідомлюється ним. Саме в такому широкому плані і слід розуміти вироблене вище визначення соціальної інформації як результату відображення суб'єктом дійсності [27].

Нарешті, інформаційний процес і інформація мають ще один аспект – синтаксичний. Він пов'язаний з формами вираження соціальної інформації в певних знакових системах. В цьому аспекті вчення про інформацію тісно пов'язане з семіотикою – наукою про знаки і знакові системи. Оскільки соціальна інформація є результатом відображення об'єктивної реальності свідомістю людей, цей результат повинен мати цілком певне вираження. Знакові системи і є таким вираженням. Вони ніби матеріалізують результат відображення, а отже роблять його більш прийнятним. Соціальна інформація фіксується тими чи іншими технічними засобами на певних матеріальних носіях у вигляді тих чи інших знакових систем або натурального чи художнього відтворення дійсності. Це дозволяє зберігати і передавати інформацію. Для змістовного сприйняття і цільового використання соціальної інформації найбільш зручна інформація, виражена в знакових, перш за все умовних системах [27].

Очевидно, що синтаксичний аспект інформації має самостійне значення і інформація може розглядатися в цьому плані поза зв'язком з її семантичним та прагматичним аспектами. При загальній характеристиці соціальної інформації постає питання про те, є інформація явищем ідеальним або поряд з ідеальною є інформація матеріальна. Безумовно, мають рацію ті, хто розглядає соціальну інформацію як явище ідеальне. Справді, яким би не було джерело інформації, в яких би формах вона не виражалася і для будь-яких цілей не використовувалася, соціальна інформація завжди є результатом відображення суб'єктом об'єктивного світу. Відображення ж є ідеальним за

своїм характером. Характер цієї практичної діяльності, для якої суспільство використовує інформацію, також не змінює її ідеальної природи [27].

Ряд питань вчення про інформацію відноситься до розкриття співвідношення в інформації об'єктивного і суб'єктивного. Соціальна інформація як результат відображення людьми рис і властивостей реальної дійсності об'єктивна. Властивості даної речі не виникають з її ставлення до інших речей, а лише виявляються в такому ставленні. Разом з тим соціальна інформація виникає в результаті взаємодії об'єкта і суб'єкта. Тому необхідно з'ясувати, якою мірою суб'єктивна форма інформаційного процесу допускає можливість отримання об'єктивної, адекватної інформації. Одним з основних виразів суб'єктивного моменту в інформаційному процесі є наявність в ньому прагматичного, цільового аспекту. Однак цільове спрямування інформації саме по собі не виключає можливості отримання об'єктивної інформації. Більш того, для досягнення мети суб'єкту необхідна об'єктивна інформація. Без такої інформації неможливим є вирішення завдань регулювання і управління, спілкування, науково-пізнавальної та просвітньо-виховної діяльності. Тому суб'єкт в міру розуміння цих завдань прагне отримати об'єктивну інформацію про реальну дійсність [27].

Ступінь об'єктивності інформації визначається мірою відповідності поставленої мети об'єктивному функціонуванню і розвитку дійсності. Це, в свою чергу, залежить від природи поставленої мети. За відповідності мети реальному стану і ходу розвитку суспільних та інших явищ, отримання об'єктивної інформації лімітується лише існуючими пізнавальними можливостями. Якщо ж мета в силу своєї сутності або з інших причин обмежує підхід до об'єкта і погляд на нього, то буде обмежений і обсяг об'єктивної інформації. У тих же випадках, коли суб'єкт прагне до досягнення цілей, що йдуть врозріз з реальністю, суб'єктивні спотворення інформації можуть бути досить істотними і доходити до прямої дезінформації. Але і в цьому випадку в інформаційному процесі виникає певна об'єктивна інформація – інформація про суб'єкта. Відбувається це в силу того, що

важливою особливістю інформаційного процесу є виникнення двох видів інформації – про об'єкт і про суб'єкта. Стосовно до суб'єкта насамперед з'являється інформація про мету суб'єкта, про принципи і методи отримання інформації. Принципи та методи отримання інформації суб'єктом є разом з метою вельми істотними компонентами в інформаційному процесі, що впливають на ступінь об'єктивності інформації. Якщо суб'єкт при отриманні інформації виходить з принципів і використовує методи, які не дозволяють адекватно відобразити риси і властивості об'єкта, то ступінь об'єктивності такого відображення буде низьким або воно буде повністю необ'єктивним [27].

Виникнення в інформаційному процесі відомостей про суб'єкта, про мету, принципи і методи отримання ним інформації відкриває шлях до встановлення ступеня її об'єктивності. Таким чином, соціальний інформаційний процес, незважаючи на суб'єктивну форму, дає об'єктивну інформацію. Обсяг об'єктивної інформації та ступінь її адекватності може різнитися. Але в самому інформаційному процесі народжується інформація, яка дозволяє встановити і те й інше [27].

Більш широкий і більш вузький підхід в розкритті поняття «соціальна інформація» пов'язаний з розглядом її в прагматичному і семантичному аспектах. Ці підходи, так само як синтаксичний, правомірні і по відношенню до історичного джерела, бо облік як складності інформаційного процесу, так і різних аспектів інформації дає можливість для більш широкого і глибокого погляду на ряд проблем історичного джерела. Виникнення більшості історичних джерел являє собою інформаційний процес, в якому фігурують як об'єкт – відображена реальність, так і суб'єкт – творець джерела, а також інформація – результат відображення об'єкта суб'єктом.

Цей процес, як і всякий інформаційний, завжди має прагматичний аспект, тобто творець джерела завжди переслідує певну мету, виявляючи відомості про об'єктивну дійсність. Ці відомості потрібні для вирішення тих чи інших суспільних або особистих завдань. Те, що потім стало історичною

інформацією, зафіксованою в історичних джерелах, спочатку було інформацією, необхідною для задоволення практичних потреб [51].

Цільова заданість історичних джерел в момент їх виникнення обумовлює те, що кожне історичне джерело не тільки відображає реальність, але також є невід'ємним компонентом її. Цільова спрямованість інформації, що міститься в історичних джерелах, як і будь-якій соціальній інформації, не виключає її об'єктивності, ступінь якої залежить насамперед від позиції творців джерела і використаних методів відображення реальності.

Будь-яке джерело містить ту чи іншу об'єктивну інформацію, тому в семантичному відношенні немає джерел, непридатних для використання. Неправомірно тому поділ джерел на «хороші» і «погані» в залежності від позиції їх творців. Це, на жаль, нерідко має місце по відношенню до багатьох джерел, особливо джерел особистого походження. Позиції авторів, безсумнівно, впливають на ступінь об'єктивності будь-якого джерела. Але в межах мети, переслідуваної творцем джерела, навіть в самому «консервативному» джерелі міститься певна об'єктивна інформація. Принципово важливим для джерелознавства є той факт, що суб'єкт, творець джерела, не просто відображає реальність, а й сам виступає як об'єкт що відбивається. У підсумку, джерело несе в собі подвійну інформацію. Джерело опосередковано відображає об'єкт, а безпосередньо характеризує суб'єкт, перш за все відображає його цілі та методи сприйняття об'єктивної реальності. Наприклад, мемуари містять опосередковану інформацію про дійсність і безпосередню про мемуаристів. Тому, якщо навіть джерело не містить ніякої об'єктивної інформації про об'єкт, в ньому буде якась об'єктивна інформація про його творця, тобто про суб'єкт [27].

Наявність в джерелі інформації про його творця є об'єктивною основою для виявлення ступеня адекватності відображення в ньому історичної дійсності. Шлях до цього, як добре відомо, – розкриття соціальних функцій джерела, виявлення того, як його суб'єктивно-соціальна і суб'єктивно-індивідуальна природа співвідноситься з відображеною їм дійсністю,

наскільки його прагматичне призначення вимагало об'єктивних відомостей про цю дійсність і які були пізнавальні можливості отримання таких відомостей. Ведучи мову про об'єктивність відображення джерелами історичної дійсності і шляхи встановлення ступеня цієї об'єктивності, слід звернути увагу на загальновідомий факт більшої суб'єктивності даних, які є результатом будь-якого роду витягів, зведень і переробок первинних відомостей. Всі вилучення і зведення не тільки ведуть до тієї чи іншої втрати первинної інформації, але також є принаймні двічі суб'єктивним відображенням дійсності.

Подвійна або багаторазова суб'єктивізація відображення дійсності в історичних джерелах сама по собі не веде до зниження ступеня об'єктивності цього відображення. Але ж оскільки вона збільшує сферу прояву суб'єктивних впливів на інформацію, ускладнюється критичний аналіз джерел. Цей аналіз буде включати, крім етапу, пов'язаного з встановленням ступеня адекватності відображення дійсності в момент фіксування першоджерела, ще й етапи виявлення втрат інформації та об'єктивності у наступних її зведеннях та переробках [27].

Таким чином, історичні джерела, незважаючи на цільове походження і суб'єктивне відображення дійсності, не тільки об'єктивно відображають історичне минуле і тому роблять можливим його наукове вивчення, але й самі містять інформацію, необхідну для їх критичної оцінки, для виявлення співвідношення в них об'єктивного і суб'єктивного. У зв'язку з органічним переплетенням у джерелах інформації про історичну реальність і про творців джерел очевидна неправомірність відокремлення зовнішньої і внутрішньої критики джерел. Тільки при аналізі змісту джерел може бути розкрита як зовнішня сторона виникнення джерела, так і достовірність уміщеної інформації [27].

У плані семантичному, тобто з точки зору змісту історичних джерел, найбільш істотним результатом вчення про інформацію є висновок про те, що в результаті відображення суб'єктом об'єктивної реальності і в процесі його



практичної діяльності виникає інформація виражена і прихована. Той факт, що історичні джерела містять інформацію, безпосередньо виражену і приховану, давно відомий. Діалектико-матеріалістичне розуміння історичних джерел включає також визнання інформаційної невичерпності історичних джерел. Вчення про інформацію дає теоретичне обґрунтування і розкриває об'єктивну основу змістовної невичерпності джерел. Різноманіття і безмежність взаємозв'язків, властиві явищам об'єктивного світу, зумовлюють те, що в історичних джерелах міститься по суті невичерпний обсяг прихованої інформації, що характеризує взаємозв'язки явищ дійсності. Аналіз цих взаємозв'язків на основі інформації, безпосередньо вираженої, дозволяє виявляти інформацію приховану. Це створює можливість для необмеженого підвищення інформаційної віддачі джерел і подолання вибіркової безпосередньо вираженого джерелами відображення дійсності [27].

Очевидно, що інформаційна невичерпність властива усім історичним джерелам. Однак можна виділити типи і види джерел, в яких укладено особливо великий обсяг прихованої інформації. Такими є масові джерела, тобто джерела, які містять масові дані, первинні чи зведені, про різного роду громадські системи з притаманними їм структурами і функціями. Говорячи про приховану інформації історичних джерел, слід наголосити на тій важливій особливості, що ця інформація в найменшій мірі піддається суб'єктивним спотворенням в момент відображення творцем джерела об'єктивної реальності. Істотним для вирішення ряду проблем джерелознавства є розробка методів дослідження синтаксичного аспекту інформації. Він стосується насамперед способів і форм відображення в джерелах об'єктивної реальності. Оскільки мова – дійсне вираження свідомості, матеріальна форма думки і засіб людського спілкування, універсальною формою вираження інформації виявляються природні мови. В силу цього саме письмові джерела – основна категорія історичних джерел. В письмових джерелах поряд з природними мовами соціальна інформація часто виражається і в інших знакових системах [27].

Інше коло проблем джерелознавства відноситься до аспекту «джерело – історик». У світлі того, що основним шляхом у виявленні ступеня адекватності відображення джерелами історичної дійсності є їх соціальна природа та цільове призначення для сучасників, стає очевидним необхідності вивчення історичних джерел як явища дійсності. Без цього не може бути належним чином розкрито співвідношення в них суб'єктивного і об'єктивного [27].

Виходячи з вище викладеного, можна стверджувати актуальність вивчення у якості історичного джерела періодика як такої та всієї сукупності засобів масової інформації. ЗМІ представляють собою сукупність вираження соціальних взаємозв'язків, які пов'язують дійсність. Матеріал, продукований ЗМІ містить у собі величезну кількість фактичної та прихованої інформації, яка відбиває реалії сьогодення і надає практично невичерпні можливості для проведення широкого кола досліджень.

### **2.3. Проблеми класифікації та інтерпретації періодики**

Періодика наразі знаходиться у стані трансформації, що пов'язано із розвитком глобального інформаційного суспільства та засобів комунікації. Переважна більшість видань існують або в комбінованому, і друкованому і онлайн форматі, або ж виключно в електронному вигляді. Внаслідок переходу «традиційної» періодики до нових форм існування, доречно поставити питання про перегляд підходів щодо вивчення періодики як явища.

Говорячи про дослідження періодики як історичного джерела, доцільно почати розмову з питання класифікації періодики, з огляду на множинність форм її сучасного існування. Основною проблемою є визначення критеріїв, за якими можна провести класифікацію.

За походженням періодика відноситься до джерел масового характеру, оскільки вона продукується саме з ціллю масового ужитку та екстраполювання певних повідомлень на якомога ширшу аудиторію, створюється зазвичай не однією людиною, а колективом авторів. За способом

кодування та відтворення інформації періодика відноситься до словесних джерел, хоча й включає у себе не лише словесно кодовану інформацію. Не дивлячись на те, що інформація, яку вміщено у періодиці, може відтворюватися у різних формах та за допомогою різноманітних способів кодування, ключовим елементом є словесний, оскільки без словесного елементу подана інформація практично не має цінності, адже є не визначеним контекст, у якому надано інформації [80;81].

Однозначно класифікувати матеріали періодики за змістом практично неможливо, оскільки більшість періодичних видань поєднують у собі велику кількість змістовно різних компонентів. Навіть тематично спрямовані періодичні видання часто уміщують інформацію лише частково дотичну до основної тематики видання. Преса публікує безліч повідомлень на цілком різну тематику. Віднести сучасну періодику до певної категорії за формою неможливо, з огляду на її агрегатний стан [81].

З огляду на розмаїття форм подачі інформації, характеру походження, та змісту повідомлень періодичних видань, створити унітарну класифікаційну систему, більш перспективним видається поєднання декількох підходів до проведення класифікації. Оскільки інформація, що уміщена у періодичній пресі створюється з метою споживання конкретною аудиторією, доречно включити до класифікаційної системи відомості про походження суб'єкта-постачальника інформації, тобто видання. З'ясування географічних та хронологічних меж функціонування суб'єкта-постачальника дозволяє заздалегідь сформулювати уявлення щодо основних засад, якими керується видавництво, визначити особливості періоду, впродовж якого створено повідомлення, особливості політичної та соціальної ситуації у регіоні. Визначення статусу суб'єкта-постачальника відповідно до політичних засад, на яких він знаходиться, і питання про керуючу цим суб'єктом структуру чи особу (держава, політична партія, приватна організація чи підприємець, т.і.), дозволяє уточнити причини створення та особливості подачі інформації, сформулювати систему уявлень про характер та спрямованість цієї інформації, її

цільове завдання та основний набір засобів, що використовуються для досягнення цього завдання. Так, наприклад, «Wall Street Journal» це американське консервативне видання орієнтоване на бізнес тематику, є поширюваним в першу чергу на США, а також міжнародно; належить концерну «News Corp», що знаходиться під контролем Руперта Мердока – медіамагната, впливовій фігурі міжнародної політики та фінансової системи; функціонує з 1880-х років [12]. Цим пояснюється специфіка подачі матеріалу – першочергово новини фінансового світу, відстоювання традиційних американських цінностей, підтримка уряду Трампа та послідовне осудження Росії як супротивника американської демократії та глобального економічного простору; значний вплив та авторитет видання [63;65].

Також правомірно включити до класифікаційної системи тематику, що висвітлюється у матеріалах періодичного видання, тобто зображення певної події або ряду подій, явища, тощо. Визначивши основні напрямки дослідження можна групувати джерела за тематичним показником, що дозволяє підбити підсумки за статистичними даними, відкриває можливості для порівняльного контент-аналізу. Власне, саме по собі зведення матеріалів за темою вже надає велику кількість інформації, яка висвітлює основні тенденції у подачі тематичної інформації у періодичних виданнях, дозволяє визначити найбільш уживані підходи до висвітлення певних подій, динаміку їх згадування у періодиці. Порівняльний аналіз уміщеного контенту різних періодичних видань дозволяє дослідити основні розбіжності або спільні моменти у підходах до подання інформації залежно від географічно-хронологічних меж та статусу суб'єкта-постачальника інформації. За тематичним принципом відібрано матеріали, що стосуються української проблематики, задля проведення дослідження.

Перспективною виглядає і класифікація за формою подання інформації. Розвиток сучасних технологій та засобів зв'язку призвів до трансформації періодики, змін її агрегатного становища та середі поширення. Класифікація за формою є важливою частиною будь-якого дослідження сучасної періодики,

адже різні форми інформації мають різну специфіку створення та поширення, різну цільову аудиторію, різні функції, тощо. Створення такої класифікації дозволяє проводити порівняльний аналіз контенту, що подається аудиторії у різних формах, оскільки навіть аналогічні повідомлення одного й того самого суб'єкту надання інформації у різних формах можуть мати певні особливості. Також класифікація за формою дозволяє порівняти розмір аудиторії, що охоплюють повідомлення у різних формах, прослідкувати тенденції та основні принципи у співвідношенні кількості повідомлень у різних формах, канали впливу різних форм періодики. Всі видання, задіяні у дослідженні, продукують свої матеріали у таких форматах: друкований, офіційний сайт з інформаційними повідомленнями, мобільний додаток, YouTube канал, ведуть активну діяльність у соціальних мережах. Матеріали різняться за своєю формою, стилем подачі, мають різну аудиторію за віком та соціальним положенням, набувають неоднорідного поширення [54]. Також, переважно в електронному форматі, поруч із новинними повідомленнями часто існують такі рубрики як «відео», «подкасти», «точка зору», деякі платформи мають інтегрований майданчик для коментарів, зокрема «New York Times» [11] і «Wall Street Journal» [12].

Створення класифікації за такими критеріями дозволяє проводити статистичні та порівняльні досліджень за кількома чинниками, надає простір для контент-аналітики, можливість швидкого відбору джерел за певними ознаками, відповідно до спрямування дослідження. У залежності від рівня специфікації за ознаками існує можливість створювати велику кількість вибірок різного спрямування, розставляти акценти.

Вкрай актуальним є питання зберігання та обробки масивів періодики, з огляду на їх вкрай великий об'єм. При цьому кількість нової інформації, продукованої періодичними виданнями щоденно зростає, а частина більш ранніх повідомлень видаляється, або відправляється у електронний архів, якщо видання вважає за необхідне такий створити. Західні видавці переважно зберігають електронні версії друкованих видань та мають архів повідомлень

сайту, чи то безпосередньо на самому сайті, наприклад «New York Times» та «Wall Street Journal», чи то у архівах публічних бібліотек, як «Globe and Mail», «National Post» та «Toronto Star». Українські ж видання не мають, у більшості своїй, потужних архівів, що ставить перед нами питання: «де шукати джерела вже через п'ять-десять років?».

Окрім питання технічного забезпечення бази для зберігання, постає питання попередньої обробки масивів даних періодики, адже для проведення аналізу методами машинного навчання та штучного інтелекту [69], необхідно провести ряд маніпуляцій з повідомленнями: впровадити автоматичне розпізнавання тексту та створити «корпуси» специфічно оброблених даних [79]. Такі заходи потребують створення спеціальних груп з експертів у мультимедійній журналістиці, алгоритмах штучного інтелекту та архівній справі.

Достатньо важко розробити систему зберігання різних за формою матеріалів, продюкованих виданнями, що пов'язані між собою. Як органічно звести у якості джерельної одиниці друкований примірник, повідомлення на сайті, пост у соцмережі та відео на хостингу? Це завдання потребує вирішення, адже альтернативні форми інформаційних повідомлень мають суттєво різну аудиторію та вплив, без аналізу яких неможливо казати про адекватну інтерпретацію джерела.

Також виникає питання про залучення до масивів зберігаємих даних інформації, що отримана завдяки інструментам зворотнього зв'язку, таких як коментарі та чати. Наразі це мало досліджений, але значимий пласт інформації. Залучаючи цю інформацію стає можливим досліджувати реакцію аудиторії на певні теми, суспільно-політичні настрої в інформаційно активній частині населення, «влучання» інформаційних повідомлень у аудиторію, тощо. Розробити систему за якою можна обробляти інформацію, отриману зі зворотнього зв'язку важко з огляду на високий рівень суб'єктивності коментарів, існуванні замовлень на формування певної реакції, тобто ботів, проплачених коментарів, і таке інше; специфіку середовищ коментування;

політику платформ, на яких відбувається зворотній зв'язок, себто блокування невідповідних коментарів, цензуру, тощо.

З вище окреслених проблем впливає складність інтерпретації інформації, яку надає періодика у якості історичного джерела. Задля повного висвітлення ролі повідомлення, що його містить джерело, у суспільстві досліджуваного періоду, необхідно залучити та обробити велику кількість інформації щодо походження суб'єкта-постачальника інформації, цільового навантаження інформації, специфіки поширення, тематичних та семантичних особливостей.

Попри складність обробки, періодика та засоби масової загалом стають все більш важливим джерелом, оскільки охоплюють собою практично всі сфери життя сучасного суспільства, відображають тенденції, настрої, динаміку епохи.

## РОЗДІЛ 3.

### УКРАЇНСЬКА ПРОБЛЕМАТИКА В АНГЛОМОВНІЙ ПЕРІОДИЦІ КАНАДИ ТА США

#### 3.1. Концепція джерельної вибірки та тематичного аналізу

Одним з базових аспектів, що забезпечують валідність наукового історичного дослідження є окреслення кола джерела та визначення їх характерних ознак, як інформаційних, так й функціональних. Зокрема, означена нами тематика передбачає надання певного обґрунтування щодо вибору не лише історико-географічного контексту проблеми, звернення до медійного простору північноамериканських країн – Канади та США, але й більш детального окреслення причин фокусування дослідницьких зусиль на конкретному комплексі періодичних видань означених країн.

Одним з перших питань є визначення ступеню впливу та розуміння українських суспільно-політичних та геополітичних реалій керівництвом Канади та США та генеруванням відповідних образів та медійних посилів в суспільстві власних країн. Розглянемо загальний контекст взаємовідносин України із означеними країнами та визначимо базові вектори їх політики щодо «української питання».

Канада – один з найдавніших та найбільш надійних країн-партнерів України. Незалежність України Канадою було визнано 2 грудня 1991 року першою із західних країн та другою після Польщі. Вже 27 січня 1992 року було налагоджено систему дипломатичних відносин та розпочато активну співпрацю [78]. За роки цієї співпраці було укладено низку договорів, головними з яких є «Угода про дружбу і співробітництво між Україною і Канадою»[93], «Угода між Урядом України та Урядом Канади про економічне співробітництво» [90] та «Домовленість про оборонне співробітництво між Міністерством оборони України та Міністерством національної оборони Канади і Збройними Силами Канади» [85] від 03.04.2017 року, яка є вкрай актуальною з огляду на продовжувану російську агресію.



Між Канадою та Україною триває активне співробітництво у сферах освіти та економіки, що посвідчується низкою документів та численними міждержавними програмами. Зокрема, за підтримки уряду Канади відбувається формування навчально-методичних матеріалів, проведення семінарів та тренінгів для працівників освіти, що мають на меті сприяння розвитку освіти в Україні, також запроваджено програми обміну для учнів, студентів та науковців. Одним із головних досягнень економічного партнерства є створення зони вільної торгівлі [92], що перетворює Канаду з традиційного торговельно-економічного партнера на потенційне «вікно» до ринків Північної та Південної Америки. Це розширює можливості України для налагодження стосунків із країнами регіону, надає не лише можливість до інтенсифікації економічного співробітництва, але й активізації взаємодії у таких ключових сферах як оборонна та енергетична. Така широка співпраця позитивно впливає на зміцнення зв'язків між урядами та суспільствами двох держав, сприяє більш тісним контактам у професійній та неформальній сферах.

Проблеми російсько-українського конфлікту та змін української держави і суспільства постійно знаходяться у фокусі уваги канадського політикуму, стають важливими віхами вже двох поспіль виборчих кампаній Канади, 2015 та 2019 років. Не дивлячись на те, що питання про доцільність обсягів допомоги Україні стають предметом передвиборчих баталій, всі три основні гравці канадського політичного простору – Консервативна, Ліберальна і Нова демократична партії одностайно висловлюються на користь партнерства з Україною. За результатами обох кампаній більшість в уряді займає Ліберальна партія, а країну очолює її лідер – Джастін Трюдо.

Кабінет Трюдо вже п'ять років поспіль впроваджує послідовну політику всебічної підтримки України та тиску на Москву, що знаходить своє відображення у підвищенні рівня співпраці, розширенні санкційних заходів проти Російської Федерації та активній участі Канади у модернізації Збройних сил України [72]. У рамках підтримки ЗСУ було передано високотехнологічне

обладнання для розмінування та розгорнуто військової місії Канади в Україні. Канадські військові займаються підготовкою українських бойових підрозділів у якості інструкторів та консультантів. Не останню роль у розвитку українсько-канадської співпраці відіграють Христя Фріланд та Мері-Енн Мігичук – діячки чинного уряду Канади, які мають українське походження та неодноразово висловлювались на підтримку України.

Відстоювання інтересів України у конфлікті з Росією є однією із засад зовнішньополітичного курсу Канади, що спричинено не лише близькістю держав, але й власними інтересами Канади, адже Росія є основним опонентом у питаннях Арктики. Природньо, що першочергово Канада керуватиметься зміцненням власних позицій, але разом з тим, за свідченням президента Конгресу українців Канади Павла Грода: «відстоювання суверенітету України є національним інтересом Канади» [71].

Особливістю відносин між Канадою та Україною є наявність значної української діаспори в Канаді, яка становить приблизно 1,2 мільйони осіб, або майже 4% населення. Діаспора виступає у якості неекономічної групи тиску та активно включається в процес формування українсько-канадських відносин. Чимало канадців українського походження стають безпосередніми дійовими особами як виконавці, керівники, консультанти та експерти проектів і програм міждержавного співробітництва. Загалом на території Канади нараховується понад 1000 різного роду українських організацій, більшість яких об'єднані в Конгрес українців Канади та позитивно впливають на формуванні іміджу України в Канаді. Також у Торонто розташована штаб-квартира Світового конгресу українців, який ставить собі за мету координацію дій української діаспори в усьому світі. Українська громада Канади займається розвитком та збереженням української мови, культури, звичаїв та традицій. Окрім того, канадське українство надає суттєву гуманітарну, фінансову та матеріальну допомогу Україні у контексті протидії російській агресії[78].

Відносини між США та Україною історично мають менш близький

характер, аніж такі із Канадою, проте жодним чином не є менш важливими. Незалежність України Сполученими Штатами було визнано 25 грудня 1991 року. З 3 січня 1992 року починається історія офіційних дипломатичних відносин та розгортається система співробітництва [83]. Впродовж останніх років укладено низку договорів, головними з яких є «Хартія Україна-США про стратегічне партнерство» [94], «Угода між Урядом України та Урядом Сполучених Штатів Америки щодо реалізації програм та проектів міжнародної допомоги у військовій сфері» [91], випрацьовується система пріоритетів українсько-американського співробітництва [89], підписано «Меморандум про взаєморозуміння між Урядом України та Урядом Сполучених Штатів Америки щодо основних напрямів та цілей програми допомоги з боку Агентства США» [87], який сприяє активізації співпраці та використання допомоги США для розвитку української держави.

Від самого початку російсько-українського конфлікту Сполучені Штати значно сприяють відстоюванню територіальної цілісності та суверенітету України, протидії збройній та інформаційній агресії РФ, мобілізації міжнародної спільноти, залученню міжнародної допомоги для реалізації необхідних реформ, зміцненню обороноздатності й енергетичної безпеки України, а також становленню верховенства права в Україні [36].

Щодо прямої підтримки України, адміністрацією Президента Д. Трампа було здійснено низку вагомих кроків, таких як передача озброєння летальної дії, а саме протитанкових ракетних комплексів «Джавелін», та катерів берегової охорони «Айленд», впровадження жорсткого санкційного курсу проти безпекового та оборонного секторів РФ, ряду фізичних осіб, проекту газогону «Північний потік 2» і т.і. У липні 2018 року було оприлюднено «Кримську декларацію» США щодо невизнання Сполученими Штатами незаконної анексії Криму та вимоги повернення цієї території Україні [36].

Важливим фактором міждержавних відносин є робота двосторонньої Комісії стратегічного партнерства, діяльність якої спрямовано на реалізацію положень Хартії стратегічного партнерства. Комісія координує двосторонню

міжвідомчу взаємодію за напрямками трьох робочих груп: з питань безпеки та протидії російській агресії, верховенства права та гуманітарних питань, економіки та енергетики. Окрім цього існує ряд робочих груп з координації галузевих питань, таких як «Рада з питань торгівлі та інвестицій», «Робоча група з питань нерозповсюдження та експортного контролю», «Стратегічний енергетичний діалог», «Кібернетичний діалог», консультаційні групи між оборонними відомствами, з питань науки і технологій, дослідження космосу, тощо [83].

Суттєвим чинником реалізації потенціалу співробітництва України і США, є присутність на території Сполучених Штатів численної української громади – понад 900 тисяч американців українського походження (в американських україномовних виданнях йдеться про 2 мільйони американських українців). Також значна увага надається розширенню контактів між обома країнами, виведенню їх за межі «офіційний Київ - офіційний Вашингтон». Цьому сприяють проекти щодо встановлення і розширення побратимства міст України та США, а також щодо активізації існуючих і налагодження нових зв'язків між вищими навчальними закладами України і Сполучених Штатів [83].

Канада та США є важливими стратегічними партнерами для України, підтримка яких може бути вирішальною у контексті російської агресії, офіційні уряди обох країн підтримують позиції України, впроваджено активну міждержавну співпрацю. З огляду на це, важливим є дослідження питання висвітлення української проблематики у періодичних виданнях Сполучених Штатів та Канади, адже це дозволить прослідкувати ставлення суспільств цих держав до України, основні тенденції та виклики. Розробка цього питання дозволить визначити основні вектори та головні засади для створення більш позитивного образу країни у інформаційному просторі США та Канади, протидії російській інформаційній агресії.

Для проведення аналізу було обрано англomовні періодичні видання, оскільки англійська мова є основною мовою масового вжитку у США та на

більшості канадських територій. У процесі дослідження використовувалися виключно матеріали електронних версій видань, оскільки обробка друкованих версій не є можливою технічно, через віддаленість та закритість системи архівного зберігання фізичних примірників, а також через необхідність достатньо високого рівня матеріальних витрат з огляду на кількість необхідних примірників.

Для проведення дослідження було обрано три видання з кожної країни за двома основними показниками – кількістю щоденного обігу примірників у межах країни, як друкованих, так і електронних (у якості електронних примірників підраховуються сплачені онлайн-підписки), та кількістю щомісячних унікальних відвідувачів на електронних платформах видань. Додатковими критеріями для відбору послугували політична позиція, яку займає видання у підході до публікації матеріалів, та охоплення території.

Серед канадських видань було обрано наступні: «Globe and Mail», «Toronto Star» та «National Post». «Globe and Mail» – видання національного поширення, яке посідає перше місце як за об'ємом щоденного обігу, який становить 323,133 примірників [55;64], так і за кількістю унікальних відвідувачів електронної платформи на місяць – 2,151,578 [62]. Видання послідовно займає правоцентристську редакційну політику, вважається найбільш авторитетним у країні, «виданням вищого класу», яке обслуговує політичну та інтелектуальну еліту Канади. За останні роки втрачає частину найбільш консервативного та корпоративного читацького складу на користь «National Post».

«National Post» – видання національного поширення, має циркуляцію у 186,343 примірників на день [55;64] та 1,112,307 унікальних відвідувачів сайту щомісячно [62]. У політичному плані видання зберігає консервативну редакційну позицію, хоча власник концерну, який керує виданням, відомий як прихильник Ліберальної партії Канади.

«Toronto Star» – першопочатково локальне видання, яке наразі розповсюджується практично на всій території Канади. Має обіг у 308,881

примірників на день [55;64] та 1,762,051 унікальних відвідувачів щомісячно на своєму сайті [62], що значно перевищує «National Post», який офіційно має загальнонаціональне розповсюдження. Політично «Toronto Star» обіймає лівоцентристські позиції із значним ухилом до ліберальних, часто виступає у якості рупора найбільш прогресивних реформ та рухів боротьби за права.

Найбільшими франкомовними виданнями є «Le Journal de Quebec» та «Le Journal de Montreal» із циркуляцією у 150,248 та 231,069 примірників на день відповідно [55;64] та обсягом оригінальних відвідувачів у 16,854 та 60,100 на місяць відповідно [62]. Можемо побачити, що за кількістю примірників вони мало поступаються англomовним виданням, проте значно відстають за обсягом відвідування електронних ресурсів, що пов'язано з специфікою та локальністю їх розповсюдження. Безумовно, неможливо казати про стовідсоткову репрезентацію канадського інформаційного простору без включення у дослідження франкомовних видань, але оскільки для проведення дослідження використовувалися матеріали електронних публікацій, то виключення франкомовного сегменту не створює фатального викривлення об'єктивної картини.

Серед видань США було відібрано такі видання як «USA Today», «The New York Times» та «The Wall Street Journal». «USA Today» – має поширення у всіх 50 штатах, кількість примірників на день сягає 1,621,091 [65], а кількість унікальних відвідувачів сайту 68,586,013 на місяць [63]. Видання характеризується переважно як центристське. Має міжнародну версію, справляє значний вплив на стиль подання інформації видань по всьому світу, оскільки є одним із флагманів серед періодичних видань.

«The New York Times» – має міжнародне поширення, обіг примірників на день сягає 483,701 [65], унікальних відвідувачів – 82,639,256 на місяць [63]. Політично видання є ліберальним, довгий час вважалося найбільш авторитетним та достовірним у країні, але через низку журналістських скандалів втратило це звання, поступившись «The Wall Street Journal».

«The Wall Street Journal» – видання міжнародного поширення, має обіг у 1,011,200 примірників на день [65], кількість унікальних відвідувачів сягає 38,516,813 на місяць [63]. За політичними поглядами видання є типово консерваторським, вважається найбільш достовірним та авторитетним інформаційним агентством у США на даний момент.

З огляду на суттєві об'єми інформації для обробки, а також специфіку доступу до матеріалів обраних видань, яка передбачає платний доступ до всіх, або ж частини публікацій, було вирішено обрати у якості матеріалу для проведення аналітичного дослідження абсолютну кількість згадок слова «Ukraine» у матеріалах видань за обраний період.

Базою даних для дослідження виступили сайти видань, а в якості інструменту для проведення підрахунків – пошукові системи цих ресурсів. Алгоритм пошукової системи за запитом «Ukraine» надає перелік всіх статей що мають пряму чи опосередковану згадку про Україну, що дозволяє підрахувати абсолютну кількість згадок слова «Ukraine» по роках. Такий аналіз дозволяє прослідкувати ступінь уваги, що приділяється українській проблематиці на шпальтах досліджуваних видань. Додатково, через опрацювання частини заголовків та тегів статей вручну, було визначено основні тенденції подання матеріалів, контекст згадок про Україну.

Проведений аналіз носить достатньо простий характер, проте дає вельми наочні результати. Перспективним напрямком для дослідження є проведення тематичного аналізу та контент-аналізу публікацій цих видань із залученням інструментів машинного навчання та штучного інтелекту [37]. Для проведення такого дослідження необхідним є залучення фахівців із іт-технологій, та солідна матеріальна база, оскільки для виконання різних типів аналізу необхідним є проведення численних заходів з попередньої обробки масивів тексту – від розпізнавання текстових елементів при конвертації із нетекстових фалів до створення корпусів даних, оброблених у певний специфічний спосіб [69;79].

### 3.2. Українська проблематика крізь призму медіа-аналітики

Важливість проведення моніторингу ЗМІ чітко усвідомлюється багатьма українськими науковцями та спеціалістами, адже в умовах продовжуваної російської агресії забезпечення належного інформаційного супроводу конфлікту, такого що відстоював би інтереси України, є життєво важливим. Наразі опубліковано ряд досліджень які аналізують кількість згадок про Україну у зарубіжних виданнях та контекст цих згадок. Найбільш послідовно досліджується український та зарубіжний інформаційний простір аналітичною платформою «Vox Ukraine» та ГО «Детектор медіа», також доречно згадати дослідження групи авторів кафедри журналістики та філології Сумського державного університету – «Україна у матеріалах світових ЗМІ: проблематика та тематичні аспекти» та проект Інституту політичних і етнонаціональних досліджень НАНУ – «Інтерпретація російсько-українського конфлікту в західних наукових і експертно-аналітичних працях». Приводимо аналіз цих досліджень задля порівняння з власними результатами та створення більш об'єктивної картини висвітлення української проблематики у зарубіжних медіа.

«Vox Ukraine» було проведено два дослідження–аналізу заголовків найбільших міжнародних англomовних медіа з метою визначення кількості та контексту згадок про Україну. Перше дослідження [73] охоплює період з жовтня 2014 року по серпень 2016 року, проводиться аналіз заголовків чотирнадцяти найбільш авторитетних і цитованих західних медіа: «Reuters», «Bloomberg», «Wall Street Journal», «New York Times», «ABC News», «Guardian», «Washington Post», «Fox News», «BBC», «Financial Times», «Associated Press», «CNN», «USA Today» та «Time». Загалом за поданий період Україна згадується у заголовках цих видань 10 627 разів, найбільша кількість згадок припадає на «Reuters» – 45,9% та «Bloomberg» – 9,7% [дод.А]. Чітко прослідковуються два основні мотиви згадок про Україну – у контексті конфлікту на сході та в контексті економічних проблем. Найчастіше поруч зі словом «Ukraine» при висвітленні конфлікту на сході стоять слова «Russia»,



«war», «conflict», «separatist», «rebel» (повстанець) та «Putin», значно рідше зустрічаються слова «Donetsk», «cease-fire» (припинення вогню), «peace», «Crimea» та «Poroshenko»; у випадку коли стаття стосується економічних питань – слова «debt» (борг), «IMF» (МВФ), «deal» (угода) та «gas». З аналізу контексту згадок про українську проблематику видно, що Україна дуже зрідка стає самостійним інформаційним приводом, найчастіше згадується у контексті війни на сході країни та економічних проблем які через нього виникають. Показовим є зникнення питання Криму з денної повістки медіа, мала увага приділяється внутрішнім змінам в країні. Загалом Україна постає переважно в негативному контексті.

Друге дослідження [70] проведене за тими самими принципами що і перше, охоплює період з жовтня 2016 року по серпень 2018 року, аналізуються ті самі видання. Загалом за поданий період Україна згадується у заголовках цих видань 3771 раз, найбільша кількість згадок припадає на «Reuters» – 52,6% та «New York Times» – 8,51% [дод.Б]. Кількість статей на місяць знижується у 2,2 рази порівняно з попереднім досліджуваним періодом, навіть великі міжнародні інформаційні агентства – «Reuters» та «Bloomberg», написали у 2,4 та 6 разів менше відповідно [дод.В]. Зберігається тенденція до згадки про Україну переважно в російському контексті, 28% проаналізованих заголовків містять слова «Russia», «Putin» або «Kremlin». День у який Україна згадувалася найчастіше, а саме 23 березня 2017 року, пройшов повністю у контексті Росії, в цей день у Києві було вбито экс-депутата російської Держдуми Дениса Вороненкова. Другою найбільш поширеною подією стала також не зовсім «внутрішня» новина кібератака за допомогою вірусу Petya.A. І тільки на третьому місці подія, яку «згенерувала» Україна: день першого рішення Стокгольмського арбітражу щодо суду між Нафтогазом та Газпромом.

Конфлікт на сході залишається основною темою, найбільш уживаним у заголовках словосполученням є «eastern Ukraine». Після теми війни одна за одною йдуть «IMF», «Gas» та «Central bank», якщо перші дві теми постійно

опиняються у полі уваги західних ЗМІ, то поява у цьому переліку Національного банку є достатньо несподіваною. Фінансовий регулятор створив чимало інформприводів: націоналізація ПриватБанку, відставка Валерії Гонтаревої, переговори з МВФ, валютні операції. Впродовж чотирьох років війна, газ та санкції залишаються найбільш асоційованими з Україною темами, значно зменшується кількість згадок державний борг та мирні переговори «нормандської четвірки». Основними інформприводами продовжують ставати не згенеровані Україною як такою, а зовнішнього походження, що негативно впливає на імідж України за кордоном, призводить до трансформації сприйняття України з якості суб'єкту міжнародних відносин у їх об'єкт.

Додатково у рамках другого дослідження було проведено аналіз найбільших російських англomовних видань, ситуація є невтішною. За той самий період, тобто з жовтня 2016 року по серпень 2018 року, лише три російських медіа-агенти – «Russia Today», «TASS» та «Sputnik», написали практично стільки ж статей про Україну, скільки 14 найбільших міжнародних англomовних видання – 3523 проти 3771 відповідно. Порівняно з попереднім періодом кількість згадок про Україну у російських медіа знижується у 1,75 рази. У фокусі російських медіа також війна на Донбасі, але, на відміну від західних ЗМІ, їх це цікавить набагато більше. З великим відставанням ідуть українські санкції проти російських банків та переговори «нормандської четвірки», президент Петро Порошенко та праворадикальні активісти.

За результатами обох досліджень можна зробити такі висновки: західна читацька аудиторія втрачає інтерес до України, і, відповідно, ЗМІ менше пишуть про неї; інформація про Україну подається переважно в російському контексті; Україна дуже зрідка стає самостійним автором новинних приводів, цікавих західним ЗМІ; головні теми майже не змінюються за 4 роки: війна, газ та санкції, стає менше згадок про борги та «нормандські переговори»; російські англomовні ЗМІ продовжують активно писати про українське питання. Тільки три російські ЗМІ написали майже стільки ж, скільки

чотирнадцять західних.

Наразі «Vox Ukraine» запущено дослідження яке ставить завдання як анексія Криму висвітлюється у британському, німецькому та американському публічному дискурсах з 2013 по 2019 рік. Станом на 22.11.2020 опубліковано дослідження що стосується британського дискурсу [67], про нього докладніше.

Для розуміння тенденцій висвітлення анексії Криму та війни на Донбасі було взято статті з двох платних щоденних національних газет «Sun» та «Daily Mirror». Статті потрапляли до вибірки, якщо вони містили термін «Україна» та принаймні один із термінів «Донбас», «Донецьк», «Луганськ» чи «Крим». Остаточна вибірка склала 538 газетних статей. Вона була проаналізована методом тематичного моделювання, який ідентифікує кластери слів на основі одночасної появи слів у наборі текстів. Ці групи пов'язаних слів можна розглядати як особливі «інтерпретаційні рамки» в дискурсах, які привертають увагу до одних моментів і відвертають її від інших. У цьому дослідженні було використано тематичне моделювання, яке виявило 10 різних кластерів слів для створення підбірок статей, які чітко асоціюються з певною темою. Ці групи статей були потім досліджені за допомогою якісних методів.

За результатами дослідження стало очевидно наступне: конфлікт на сході України швидко перестає виступати у якості міжнародного конфлікту, як це було від початку, освітлюється як локальний, зникає акцент на участі збройних сил РФ у конфлікті, неодноразово знаходить ужитку термін «громадянська війна». Що далі від 2014 року, тим менше і менше взагалі трапляються згадки про Україну, а особливо про війну на сході та анексію Криму, британська громадськість втрачає інтерес до теми і ЗМІ перестають її освітлювати. Цьому сприяє неоднозначний характер висвітлення ситуації на Донбасі, який створює дискурсивний, а отже, й когнітивний поділ між «нами» (Заходом) та «ними» (сторонами, які беруть участь у війні). Такий поділ є результатом як прихованих російських дезінформаційних кампаній, відмовою Росії від визнання своєї участі у конфлікті на Донбасі, яку можна розуміти як

відкрите поширення дезінформації, так і недостатнім та непослідовним висвітленням подій на сході з українськими ЗМІ.

Дослідною групою кафедри журналістики та філології Сумського державного університету було проведено дослідження на тему «Україна у матеріалах світових ЗМІ: проблематика та тематичні аспекти» [15], у ході якого було проаналізовано німецькі «Die Welt» та «Bild», американські «New York Times» та «New York Post», британські «Independent» та «Guardian», а також російські «Коммерсант» і «Российская газета». Дослідження охоплює період з 1 січня по 31 березня 2016 року, спеціалістами було досліджено проблемно-тематичну спрямованість матеріалів, емоційне забарвлення та особливості контенту, що характеризує Україну як державу, що дало змогу визначити фактори, що впливають на формування громадських думок про імідж держави. Визначивши проблемний та тематичний зміст та пріоритетний рейтинг українських подій автори зробили спробу створити актуальне зображення образу України на світовій арені та особливості його формування іноземними ЗМІ.

Проаналізовані німецькі газети «Die Welt» та «Bild» послідовно ідентифікують Росію як державу-агресора що підтримує сепаратизм і тероризм. Україна оцінюється як нездатна до самостійного захисту держава із нестабільною політичною та економічною системою. Німеччина по відношенню до України позиціонується як могутня, авторитетна держава, яка здатна захистити Україну від агресора, надати їй підтримку в будь-якій сфері.

Американські «The New York Times» та «New York Post» приділяють найбільше уваги ролі США у вирішенні воєнного конфлікту на Сході України та висвітленні Росії як агресивної країни що виступає провокатором конфліктів у світі та тисне на Україну.

Увага ж британських «Independent» і «Guardian» більше зосереджена на висвітленні кризового стану України та перебігу подій на сході країни. При цьому РФ хоча і зображується як агресор, проте звинувачень у її сторону практично не висувається, загалом позиція британських ЗМІ є доволі

помірною та обережною по відношенню до Росії.

Значно більш однозначне тлумачення подій на сході України подають «Коммерсант» та «Российская газета». Характерною рисою цих ЗМІ є повна підтримка та схвалення дій РФ та Путіна, категоричне заперечення військової агресії проти України. Україна позиціонується як глибоко кризова країна яка веде війну проти своїх власних громадян на Донбасі, Крим визначається як федеральний округ Російської Федерації. Окремо відзначається маніпулятивний характер відносин між Україною та Європейським Союзом і США.

Загалом, як показує аналіз обраних джерел, Україна представлена на міжнародній арені не найкращим чином. Постійно підкреслюється кризовий стан української державності через російську агресію, нездатність до самостійного вирішення власних проблем, постійний вплив більш сильних держав на внутрішню та зовнішню політику в країні.

ГО «Детектор Медіа» у 2018 році підготувала спеціальне повідомлення на тему «Висвітлення конфлікту на сході українськими медіа: досліджуючи принципи, засади діяльності та журналістські практики» [61] в рамках проекту, реалізованого у партнерстві з Координатором проектів ОБСЄ в Україні за фінансової підтримки посольства Великобританії в Україні. Для підготовки повідомлення було проведено 30 поглиблених інтерв'ю та створено дві фокус-групи з журналістами та редакторами, які працювали над висвітленням конфлікту на сході України. Респондентами стали співробітники восьми національних та тринадцяти регіональних телеканалів, шести національних Інтернет-ЗМІ, а також шести національних і дев'яти регіональних видань що існують як в друкованому так і в онлайн форматі. В ході дослідження було виявлено, що не існує як таких загально прийнятих норм журналістської діяльності яких би дотримувалися всі фахівці сфери, у більшості видань відсутня стала редакційна політика. Це призводить до того, що кожен журналіст сам створює свій «кодекс діяльності», орієнтується першочергово на власне бачення ситуації при створенні матеріалу, що в свою

чергу призводить до значної дискореляції у підходах до висвітлення подій на сході в українському інформаційному середовищі. Значною частиною респондентів було констатовано неналежний рівень організації українських медіа у реаліях продовжуваної інформаційної та збройної агресії з боку Російської Федерації. Відсутність узгоджених правил подачі інформації негативно впливає на імідж та ускладнює висвітлення подій в Україні зарубіжними медіа, знижує їх довіру та готовність до співпраці з українськими інформаційними агентами.

Дослідна група Інституту політичних і етнонаціональних досліджень НАНУ у 2020 році опублікувала результати дослідження на тему «Інтерпретація російсько-українського конфлікту в західних наукових і експертно-аналітичних працях» [23]. У роботі проводиться аналіз оцінки української проблематики у експертних середовищах США, Великобританії, Німеччини, Франції, Італії, Греції, Польщі та Росії. З результатів дослідження випливає наступне: відсутність одностайності у позиціях західних держав щодо російсько-українського конфлікту, так США, Великобританія, Німеччина та Польща займають чітку антиросійську позицію, а Франція, Італія та Греція радше схильні до підтримки Росії; Україна залишається маловідомою як для експертного так і для громадського середовища Заходу через низький рівень інформаційної взаємодії, непослідовну інформаційну політику; Росія є історично більш відомою та близькою для західної інтелектуальної еліти, що підвищує ризики зменшення обсягу міжнародної підтримки України, особливо з огляду на значне зменшення уваги до української проблематики як такої.

Провівши огляд українських аналітичних досліджень на тему висвітлення української проблематики у західному інформаційному середовищі, доходимо доволі невтішних висновків. Не дивлячись на те, що всі приведені дослідження спираються на різну джерельну базу та послуговуються різними інструментами дослідження, вони одностайно свідчать про те, що Україна програє у інформаційну протистоянні з Росією.

Головними трендами репрезентації України у міжнародному інформаційному полі є наступні: зниження зацікавленості Україною, зникнення українського питання з порядку денного західних медіа; переважання російського контексту подачі інформації; перетворення України з актора на об'єкт міжнародних відносин; акцентування уваги на скрутному положенні української державності; ігнорування позитивних інформприводів що стосуються України.

Такі тенденції є наслідком одночасно як стомлення західного суспільства від «українського питання», так і діяльності інформаційно-пропагандистської машини Російської Федерації. Але основним чинником стабільно залишається відсутність впровадження адекватної інформаційної політики з боку України, що зумовлено продовженням ігнорування питань інформаційної безпеки українським політикумом.

### **3.3. Українська проблематика у медійному просторі Канади та США**

Дослідження канадської англомовної періодики є важливим аспектом у розбудові співробітництва з Канадою, а особливо з канадським суспільством. Традиційною є думка про стабільність підтримки України з боку канадської громадськості, постійний інтерес до нашої держави, але, на жаль, реальність є трохи іншою. У рамках проведеного дослідження було проаналізовано онлайн ресурси видань «Globe and Mail», «Toronto Star» та «National Post», а також опрацьовано матеріали офіційних ютуб-каналів цих видань.

Найбільша абсолютна кількість згадок про Україну серед досліджених видань зустрічається у матеріалах «National Post» – 5860 упродовж 2014-2019 років, на другому місці «Toronto Star» – 4500 згадок, а на третьому «Globe and Mail» із 3690 згадками за означений період [дод.Г]. Загалом у матеріалах цих видань згадка про Україну зустрічалася 14 050 разів за 6 років. Яким же чином розподілені ці згадки по роках, як змінюються новинні акценти?

За 2014 рік «National Post» згадала про Україну у своїх матеріалах 960 разів, «Toronto Star» 1580 разів, а «Globe and Mail» 1610 разів [дод.Д].

Практично вся увага приділялася перебігу бойових дій на сході України, активно обговорювалися питання протидії російській агресії та надання підтримки Україні. Росія засуджується як агресор, питання безпеки України освітлюється як проблема міжнародного рівня.

У 2015 році відчувається значний спад згадувань про Україну, у «National Post» зустрічається 540 згадок, у «Toronto Star» 520, а у «Globe and Mail» 510 [дод.Г], загалом кількість повідомлень на українську тематику зменшується майже у 2,7 раз у порівнянні з попереднім роком [дод.Е]. Більше уваги приділяється міжнародним відносинам, питанням фінансової підтримки України та впливу «українського питання» на перебіг елекційного процесу Канади.

Впродовж 2016 року «National Post» згадує про Україну 330 разів, «Toronto Star» 340 разів, а «Globe and Mail» 360 разів [дод.Г]. Загальна кількість згадування української проблематики зменшується приблизно на 70% відносно 2015 року [дод.Е]. У фокусі уваги – питання Арктики, політика кабінету Джастіна Трюдо по відношенню до України та заяви стосовно неї президента США – Дональда Трампа.

У 2017 році ситуація дещо змінюється: «National Post» пише про Україну 860 разів, «Toronto Star» 300 разів, а «Globe and Mail» 270 разів [дод.Г], тобто у двох останніх кількість згадок у порівнянні з минулим роком зменшується приблизно на 20%, а у «National Post» – зростає майже у 2,6 раз [дод.Е]. Багато уваги приділяється політиці США, Україна згадується переважно у цьому контексті, особливо у «NP».

2018 рік приносить зростання кількості згадок про Україну на третину у всіх виданнях [дод.Е], «National Post» згадує 1170 разів, «Toronto Star» 360 разів, а «Globe and Mail» 390 разів [дод.Г]. Найбільше уваги за цей рік у канадських медіа отримав інцидент у Керченській протоці та можливість зустрічі Путіна та Трампа на саміті G20, теоретичні напрямки обговорення українського питання.

У 2019 році кількість згадувань продовжує зростати – у матеріалах



«National Post» 2000 згадок, у «Toronto Star» 1420, а у «Globe and Mail» 650 [дод.Г]. Якщо для «NP» та «G&M» зростання становить 70%, то у випадку «TS» маємо зростання кількості згадок про Україну майже у 4 рази [дод.Е]. Головні теми – канадський елекційний процес, українські президентські вибори та скандал з приводу телефонної розмови Зеленського та Трампа, обговорення «байденівського питання».

Порівнявши кількість згадок про Україну в опрацьованих джерелах по роках, отримаємо таку картину: абсолютна кількість згадувань має два піки – 2014 рік, 4150 згадок, 2019 рік – 4070 згадок, на інші чотири роки разом залишається всього 5830 згадок [дод.Г]. Щодо розподілу кількості матеріалів зі згадуванням про Україну у кожного видання, то маємо наступне: лише 16,38% повідомлень «National Post» стосуються періоду 2014 року, навіть 2018 рік займає 19,96%, а 2019 – 34,12%; «Toronto Star» має більш рівномірний розподіл – 35,04% матеріалів присвячено подіям 2014 року, 31,48% припадає на 2019 рік.; 43,25% повідомлень «Globe and Mail» припадають на 2014 рік, всього 17,23% на 2019 рік [дод.Д].

Приведемо результати аналізу перебігу освітлення української проблематики за базою даних NOW Corpus, що містить англomовний контент найбільших інтернет-видань Канади, в тому числі і тих які було обрано для проведення дослідження. Загальна кількість згадок слова «Україна» становить 21289 [дод.Е;дод.Л], при цьому 28,58% припадають на 2014 рік, а на 2019 – 23,63% [дод.Ж]. Щодо зміни інтенсивності згадок, то ситуація більш стабільна: після «ями» 2015 року, тобто зниження у 2,75 рази, впродовж 2016-2018 кількість згадок коливається у межах 20% і зростає майже вдвічі на 2019 рік [дод.З].

За результатами проведеного аналізу можемо побачити як інтерес до української проблематики послідовно згасає від буремних подій 2014 року, а отже і у матеріалах періодичних видань згадок меншає. 2018 та 2019 роки дали чимало інформприводів, Україна знов «звучить» у канадському контенті, проте вже зовсім по-іншому. Якщо у 2014 році саме українські події були в

центрі уваги, йшла мова про міжнародне значення конфлікту на сході країни, то до кінця досліджуваного періоду Україна все більше перетворюється на об'єкт, або ж фактор, політичних процесів Канади та США, контекст російської агресії відходить на другий план.

Картину певним чином доповнює ютуб-сегмент опрацьованих видань. Попри те, що офіційні канали «Globe and Mail» [2], «Toronto Star» [1] та «National Post» [3] на платформі YouTube є достатньо слабо розвинутими, вони все ж таки містять повідомлення про Україну та надають доступ до секції коментарів, на відміну від сайтів видань. Загалом відеоповідомлення що стосуються України набирають значно менше переглядів та розповсюджень порівняно з такими, що стосуються сфер життя канадського та північноамериканського суспільства; секції коментарів до цих повідомлень мало приділяють мало уваги власне Україні, мова здебільшого йде у контексті Росії, на кшталт: «Росія – ворог чи друг Канади?», «Чия точка зору більш достовірна – офіційного Києва, чи офіційної Москви?». Також бентежить кількість відверто «проросійськи» налаштованих коментарів, багато з яких належать, природньо, російським користувачам, суцільне домінування цих коментарів над «проукраїнськими» та низька активність українських користувачів. Це певним чином компрометує самі повідомлення, адже багато запитань отримують саме російський варіант відповідей, складається враження індиферентності української сторони.

Динаміка висвітлення української проблематики у канадському інформаційному середовищі обумовлюється декількома подієвими чинниками, такими як деескалація конфлікту на сході України, припинення фази активних бойових дій та відповідним зменшенням кількості інформприводів, утомлення канадської аудиторії від великої кількості новин про конфлікт та події в Україні. Але разом з тим суттєву частку цієї динаміки обумовлює російська інформаційна агресія, яка тисне у всіх сферах. У канадському суспільстві існує доволі потужний запит на відмінну від офіційної, трансльованої канадськими медіа, точку зору на перебіг подій на

сході України. Російські інформадгентства здатні задовольнити цей запит, що викликає занепокоєння [58]. Також важливим фактором «зникання» України з медіа середовища Канади та зниження її суб'єктності є відсутність дієвої політики української держави в інформаційній сфері.

Підсумовуючи викладене вище можна стверджувати наступне: не дивлячись на те, що Україну з Канадою пов'язує ряд договорів та довга історія співпраці, у канадському медіа просторі склалася ситуація, не надто сприятлива для української державності. Існує нагальна необхідність активної протидії російській пропаганді в інформаційному просторі Канади, формування позитивного іміджу України та створення власно українських, бажано позитивних інформприводів. Задля цього необхідно поживавити взаємодію з канадським суспільством, українською діаспорою Канади, інтенсифікувати освітні та наукові зв'язки, а також збільшити присутність українства у інформаційному просторі Канади.

Аналіз інформаційного простору США є життєво важливим для України, оскільки США є найціннішим стратегічним партнером у питаннях протидії російській агресії. Визначення контексту та інтенсивності висвітлення української проблематики у періодичних виданнях Сполучених штатів дозволить створити систему заходів, спрямованих на покращення іміджу України та залучення більшої підтримки з боку американського суспільства та уряду. У рамках проведеного дослідження було проаналізовано онлайн ресурси видань «USA Today», «The New York Times» та «The Wall Street Journal», а також опрацьовано матеріали офіційних ютуб-каналів цих видань. Нажаль, провести аналіз за обраною методикою на платформі «USA Today» не є можливим через специфіку зберігання інформації – через пошуковик сайту неможливо отримати доступ до всіх опублікованих матеріалів, відбувається підбір найбільш релевантних статей за період всього у декілька місяців. Через це для видання було проведено опрацювання лише ютуб сегменту та огляд основних трендів висвітлення української проблематики через обробку найбільш релевантних результатів пошуку у Google за запитом

«USA Today Ukraine».

Статистичний аналіз проводиться за матеріалами «The New York Times» та «The Wall Street Journal», при цьому враховувалась тематична специфіка видань, «WSJ» – видання що приділяє свою увагу економіці та фінансам, «NYT» більше освітлює політичні та суспільні теми.

Загалом за період з 2014 по 2019 рік «New York Times» випустив 10663 статті, а «Wall Street Journal» 12 876 статей зі згадками про Україну. Загалом у матеріалах цих видань згадка про Україну зустрічалася 23539 разів за 6 років.

У 2014 році «New York Times» згадує про Україну 4030 разів, а «Wall Street Journal» 7306 раз [дод.Г]. Увага обох видань сконцентрована на подіях сходу України, але «NYT» детально висвітлює перебіг бойових дій та пов'язані з цим суспільно-політичні зміни, а «WSJ» більшою мірою висвітлює економічні наслідки війни на Донбасі, санкції та міжнародні домовленості.

Впродовж 2015 року увага до України стрімко падає – «New York Times» 1616 разів зачіпає українську проблематику, а «Wall Street Journal» – 2183 рази [дод.Г]. Загалом кількість повідомлень на українську тематику зменшується майже у 3 рази у порівнянні з попереднім роком [дод.Е]. «NYT» чимало пише про роль США у врегулюванні російсько-українського конфлікту, освітлює внутрішні події та ситуацію у Криму та на Донбасі.«WSJ» найбільше уваги приділяє газовим домовленостям та фінансовим домовленостям пов'язаним з Україною.

За 2016 рік «New York Times» 867 рази згадує про Україну , а «Wall Street Journal» – 1020 раз [дод.Г]. Обсяг статей порівняно з 2015 роком знижується вдвічі [дод.Е]. «New York Times» майже не згадує про конфлікт на сході, висвітлюється провал антикорупційної кампанії в Україні, приділяється увага розслідуванню справи «Боїнг МН-17». «WSJ» пише про відносини України з МВФ та справу «Газпрому».

У 2017 році «New York Times» приділяє увагу українській проблематиці 914 раз, а «Wall Street Journal» пише про Україну 826 раз [дод.Г]. Кількість згадок у матеріалах «NYT» зростає на 5%, а у матеріалах «WSJ» зменшується

на 20% [дод.Е]. У матеріалах «NYT» багато уваги приділяється діяльності Міхеїла Саакашвілі, Україні у контексті відносин США та Росії. Переважна більшість статей «WSJ» присвячена питанням підтримки України проти Росії, зокрема передачі летальних видів озброєння.

У 2018 році кількість згадок про Україну у «New York Times» практично не змінюється – зменшення становить 3%, «Wall Street Journal» пише про Україну на 46% менше, ніж попереднього року [дод.Е]. Кількість згадок у «NYT» – 885, у «WSJ» – 565 [дод.Г]. NYT пише про санкції, кібербезпеку та американській політиці щодо України. «WSJ» чимало уваги приділяє релігійному конфлікту, корупції та справі «ПриватБанку».

За 2019 рік «New York Times» згадав Україну 2324 рази, а «Wall Street Journal» всього 976 раз [дод.Г]. Відносно 2018 року «NYT» збільшив кількість згадок у 2,62 рази, а «WSJ» – на 70 % [дод.Е]. Переважна більшість матеріалів обох видань стосується скандалу з приводу телефонної розмови Зеленського та Трампа, обговорення «байденівського питання» та імпічмента Трампу, також згадується про президентські вибори в Україні.

Порівнюючи кількість статей на українську проблематику за виданнями по роках отримуємо такий результат: «The New York Times» мад два чіткі піки: 2014 та 2019 роки, 37,83% та 21,84% від загальної кількості згадок відповідно; «The Wall Street Journal» більше всього пише про Україну у 2014 році – 56,86% від загальної кількості згадок, з 2015 до 2018 кількість згадок постійно зменшується, трохи зростає у 2019 році, але становить всього 7,69% від усіх згадок [дод.Д].

Аналізуючи базу даних NOW Corpus, а саме контент найбільших онлайн-медів США, в тому числі і обраних для проведення дослідження, маємо наступні результати: загальна кількість згадок слова «Україна» становить 57042 [дод.Ж;дод.М], при цьому 64,37% припадають на 2019 рік, а на 2019 – 12,21% [дод.З]. За інтенсивністю згадок ситуація доволі рівна: після зниження у 2 на 2015 рік, впродовж 2016-2018 зміна кількості згадок коливається у межах 1%, а на 2019 рік зростає у 11,5 разів, порівняно з 2018

роком [дод.К]. Таке різке зростання пояснюється активним обговоренням у ЗМІ «справи Байдена» та проголошення імпічмента Трампу через розмову з президентом Зеленським, отже слово «Україна» з'являється у матеріалах всіх видань і не одноразово.

Можемо побачити, що Україна поступово «зникає з радару» і в інформаційному просторі США, питання російської агресії відходить на другий план, Україна знову-ж таки перетворюється зі сторони конфлікту на предмет міжнародних домовленостей, сферу реалізації зовнішньої політики США у першу чергу.

Ютуб канали, «The New York Times» та «The Wall Street Journal» мають велику кількість контенту та солідну кількість підписчиків: 1,86 млн. [4], 3,27 млн. [5] та 2,57 млн. [6] відповідно. Більшість відео що стосуються української проблематики освітлюють період 2014-2015 років, але набирають невелику кількість переглядів, як правило до 30000. Більшу цікавість становить секція коментарів. Україна як така зрідка стає предметом обговорення, провідними темами є роль США у конфлікті, активно транслюється проросійська позиція, висловлювання на підтримку України є швидше виключенням. Знову спостерігаємо високу активність російської сторони та практично повну відсутність української.

Американська аудиторія втрачає інтерес до української проблематики як такої, питання щодо ролі України у міжнародній співпраці та питання російської агресії зникають з інформаційного простору, кількість інших інформприводів є, нажаль, вкрай низькою, особливо позитивних. Необхідністю є створення послідовної інформаційної політики задля покращення іміджу України в американському суспільстві, важливо інтенсифікувати співпрацю з українською діаспорою, підвищити українську присутність у інфопросторі США.

Підводячи підсумки власного дослідження та порівнюючи їх із результатами досліджень інших українських дослідних команд, можемо зазначити наступне з приводу висвітлення української проблематики у

західних англомовних медіа.

Україна як самостійний суб'єкт міжнародних відносин зникає з інформаційного простору західного суспільства, не становлять виключення й США та Канада. Матеріали що стосуються України за період 2014 до 2019 року все менше освітлюють російсько-український конфлікт, приділяють мало уваги Україні як такій. Більшість інформаційних приводів ініційовані не українською стороною, носять деперсоніфікований по відношенню до України характер. Загалом формується негативний імідж України як слабкої, корумпованої, несамоїсної держави, що стала «іграшкою» для справжніх акторів міжнародних відносин. Західне суспільство втомилося від новин про Україну, адже вони постійно мають негативний характер, кількість позитивних інформприводів є вкрай низькою, увага акцентується більше на недоліках, аніж перевагах. Це трохи у меншій мірі стосується канадських інформаційних агентств, що пов'язано з традиційною близькістю Канади та України, але тенденція все одно зберігається.

Інформаційна політика України є слабкою і непослідовною, не вистачає узгоджених правил та принципів подачі інформації, гостро відчувається відсутність «голосу країни» – такого медіа агентства яке б представляло Україну на міжнародній арені та могло гнучко й оперативно реагувати на виклики та тенденції міжнародного інформаційного простору. Через відсутність консолідованої позиції українських медіа ресурсів та єдиної позиції з приводу життєво важливих проблем українського суспільства відбувається «розмивання» української позиції і на міжнародній арені. Також суттєвими проблемами є низький рівень організації української журналістики, низька медіаграмотність українського суспільства та потужний вплив російської пропаганди.

Російська пропагандистська машина працює значно ефективніше ніж українські медіа, російська позиція транслюється значно ширше та є доступнішою для західної аудиторії. Медійна грамотність більшості міжнародної аудиторії також залишає бажати кращого, а отже ідеї навіювані

Росією часто знаходять благодатний ґрунт. Також проросійськи налаштовані користувачі значно більш «голосні» у західному інформаційному просторі, в той час як українська аудиторія часто не представлена зовсім, або обмежено.

Загалом, комбінація трьох факторів – російської пропаганди, слабкої інформаційної присутності України у міжнародному інформаційному просторі та тенденції до висвітлення України як слабкої і несамостійної у більшості західних медіа створює реальну небезпеку про вкорінення у думці міжнародного суспільства ідеї «Ukraine is a failed state».



## ВИСНОВКИ

Розвиток інформаційних технологій та інформаційного суспільства змінює форму існування періодики, але вона залишається одним із основних інструментів системи засобів масової інформації, потужним ретранслятором ідей, стає полем для все більш запеклої інформаційної конфронтації. Дослідження впливу періодики на суспільство, формування поглядів та стереотипів привертає увагу багатьох українських та зарубіжних вчених, які уповні усвідомлюють масштаби цього впливу. Періодика як невід’ємна частина сучасного глобального суспільства вивчається у рамках різних наук: психології, соціології, політології, економіки, та історії, при широкому залученні міждисциплінарних підходів. Ефективними зарекомендували себе методи, що використовують алгоритми машинного навчання та штучного інтелекту, які дозволяють проводити широкий статистичний та контент аналіз. У західному науковому середовищі активно розробляються способи обробки та залучення до наукового обігу надвеликих масивів даних, продукуваних системою ЗМІ, ведеться робота по створенню механізмів опрацювання інформації, отриманої з соціальних мереж та інструментів зворотнього зв’язку, на кшталт коментарів та форумів. Системна розробка цього спектру питань в українській науці, нажаль, відсутня.

Періодика як інтегрована частина інформаційного суспільства є важливим джерелом для історичного дослідження, але потребує розробки специфічних підходів задля належного рівня опрацювання та адекватної інтерпретації. З огляду на неоднорідність періодики як явища, на сучасному етапі існування суспільства, достатньо гостро стоїть питання визначення критеріїв для класифікації періодики як джерела. Найбільш оптимальним видається комбінований підхід, який би сполучав класифікацію за трьома аспектами: характером суб’єкта-постачальника інформації, формою подачі інформації та тематичним спрямуванням. Важливим питанням, що потребує якнайшвидшого вирішення, є забезпечення матеріально-технічної бази та

експертних кадрів задля належної обробки та зберігання масивів даних періодики. Належний рівень попередньої обробки та подальшого зберігання є необхідною умовою для можливості опрацювання такої кількості інформації, що в свою чергу потребує залучення фахівців з різних галузей, як технічних, так і гуманітарних. Наразі періодика відбиває всі без винятку аспекти суспільного життя, є потужною проекцією реальності, а отже становить неабиякий інтерес для історичного дослідження. Нажаль, рівень залучення сучасної періодики в обіг української історичної науки доволі низький, хоча відчувається позитивна динаміка.

Чимало українських аналітичних груп проводять моніторинг та аналіз інформаційного простору держав Заходу, як суспільного так і наукового, досліджують тенденції висвітлення української проблематики. Загальна картина є невтішною, недоліки інформаційної політики та широко розвернута робота російської пропаганди створюють радше негативний образ української держави: непослідовної, несамостійної, неспроможної. Чим далі, тим більше Україна змальовується як об'єкт у міжнародних відносинах, втрачає позиції як спроможний суб'єкт, питання російської агресії та анексії Криму зникають зі свідомості західного суспільства.

Нажалі, така ситуація характерна і для досліджуваного нами інформаційного простору Канади та США. Попри довгу історію плідної співпраці, Україна як така перестає цікавити суспільства цих держав, що яскраво ілюструється перебігом висвітлення української проблематики на шпальтах найбільших періодичних видань. За період з 2014 по 2019 рік послідовно зменшується кількість інформприводів до згадок про Україну, продукованих нею самою. Тобто українська держава як суб'єкт практично не впливає на глобальний інформаційний простір. Новини про Україну подаються переважно в контексті питань геополітики, пов'язаних з Росією, або ж у контексті внутрішньополітичних процесів США та Канади. Практично відсутній позитивний контекст згадування про Україну, більшість повідомлень приділяють увагу недолікам та прорахункам української

політики, а не досягненням у будь-яких сферах. Це в першу чергу спричинено низьким рівнем присутності українства у інформаційному просторі світу.

На даний момент перед українською державою та суспільством стоїть виклик з «відвоювання» свого місця у глобальних інформаційних потоках, якщо на цей виклик вчасно не відповісти, може постати питання щодо існування України як такої. Послідовне зникнення власної української позиції з інформаційного простору країн Заходу та перенасичення цього простору російським контентом призводять до «втомлення» суспільства навіть дружніх країн від української проблематики, а також до вкорінення ідеї «Ukraine is a failed state». Як мінімум це призводить до погіршення співпраці на всіх рівнях, особливо на рівні громадянських суспільств, затримує глобальну інтеграцію України, як максимум – загрожує державності України.

Задля покращення ситуації необхідністю є розробка адекватної інформаційної політики держави, впровадження розгалуженої системи незалежних ЗМІ, створення принаймні одного потужного інформаційного агентства, яке було б в змозі виконувати функцію «голосу України» на міжнародній арені, розвиток інституту суспільного мовлення та створення більшої кількості проектів суспільної комунікації. Важливим компонентом покращення іміджу України є пошук наукової та громадської співпраці з країнами партнерами шляхом створення спільних проектів, програм обміну, тощо; створення циклу матеріалів задля якісної репрезентації української держави та українства в країнах, яким історично мало відома Україна. Життєво важливо убезпечити українське інформаційне середовище від впливу російської дезінформації, а також протистояти їй у глобальному просторі, розвінчувати російську пропаганду, послідовно виявляти і демонструвати фейки, продюзовані Росією, міжнародній спільноті.

Результати дослідження можуть бути використані для проведення подальшої розробки питання, у викладанні навчальних дисциплін з історії України, політології та міжнародних відносин. Також результати можуть бути використані при розробці інформаційних стратегій, спрямованих на

покращення іміджу України за кордоном. Для уточнення результатів та проведення подальших досліджень перспективними видається використання інструментів штучного інтелекту, що дозволить створити більш повну картину висвітлення української проблематики у глобальному інформаційному просторі та виявити тематичні та змістовні акценти.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

### Джерела:

1. Toronto Star Youtube URL:  
<https://www.youtube.com/torontostar/search?query=Ukraine> (дата  
звернення: 02.12.2020)
2. Globe and Mail Youtube URL:  
<https://www.youtube.com/c/globeandmail/search?query=Ukraine> (дата  
звернення: 02.12.2020)
3. National Post Youtube URL:  
<https://www.youtube.com/c/nationalpostvideos/search?query=Ukraine> (дата  
звернення: 02.12.2020)
4. USA Today YouTube. URL:  
[https://www.youtube.com/c/USATODAY/search?query=ukraine&ab\\_channe  
l=USATODAY](https://www.youtube.com/c/USATODAY/search?query=ukraine&ab_channel=USATODAY) (дата звернення: 02.12.2020)
5. New York Times YouTube. URL:  
<https://www.youtube.com/c/nytimes/search?query=ukraine> (дата звернення:  
02.12.2020)
6. Wall Street Journal YouTube. URL:  
<https://www.youtube.com/c/wsj/search?query=Ukraine> (дата звернення:  
02.12.2020)
7. Globe and Mail. URL: <https://www.theglobeandmail.com/> (дата звернення:  
02.12.2020)
8. Toronto Star. URL: <https://www.thestar.com> (дата звернення: 02.12.2020)
9. National Post. URL: <https://www.nationalpost.com> (дата звернення:  
02.12.2020)
10. USA Today. URL: <https://www.usatoday.com> (дата звернення: 02.12.2020)
11. New York Times. URL: <https://www.nytimes.com> (дата звернення:  
02.12.2020)

12. Wall Street Journal. URL: <https://www.wsj.com> (дата звернення: 02.12.2020)

### **Монографії та наукові статті:**

13. Aubrey Bloomfield, Sean Jacobs. The Internet and Social Media as Sources. *African History*. URL: <https://oxfordre.com/afr%D1%96canh%D1%96story/v%D1%96ew/10.1093/acrefore/9780190277734.001.0001/acrefore-9780190277734-e-225> (дата звернення: 02.12.2020)
14. Sriraj Aiyer. Identifying Historical Primary Sources in Social Media for Reliable Historical Reconstruction. *Research Gate*. URL: [https://www.researchgate.net/publication/324664746\\_Identifying\\_Historical\\_Primary\\_Sources\\_in\\_Social\\_Media\\_for\\_Reliable\\_Historical\\_Reconstruction](https://www.researchgate.net/publication/324664746_Identifying_Historical_Primary_Sources_in_Social_Media_for_Reliable_Historical_Reconstruction) (дата звернення: 02.12.2020)
15. Ukraine in World Media Content: Problematic and Thematic Aspects. *Global Media Journal*. 2018. URL: <https://www.globalmediajournal.com/open-access/ukraine-in-world-media-content-problematic-and-thematic-aspects.php?aid=86827>(дата звернення: 02.12.2020)
16. Балашова О.В., Борисова С.Є. Напрямки формування національної політики України в умовах глобалізації світового фінансового простору. *Економічний вісник Донбасу*. 2017. № 2 (48). С. 143–149.
17. Бебик В.М. Глобальне інформаційне суспільство: поняття, структура, комунікації. *Інформація і право*. 2011. № 1(1). С. 41-49.
18. Біденко Ю.М. Громадянське суспільство: проблеми визначення та періодизація в українському контексті. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна, серія Питання політології*. 2011. № 984. с.127 – 132.
19. Бондар В. Сучасна українська історіографія: підсумки і виклики. *Історіографічні дослідження в Україні: Зб. наук. пр.* 2014. Вип. 25.С. 95-113.

20. Гайдамака В. Вплив вітчизняної періодичної преси на розвиток української державності в 90-х роках ХХ ст.: проголошення незалежності. *Схід*. 2010. № 7 (107). С. 80-83.
21. Гайдук Ю., Зінчук В. Мас-медіа як творці сучасних політичних міфів. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку: Зб. наук. пр.* Львів. 2007. Вип. 19. С. 72-76.
22. Геселева Н. В., Трофімова. Я. А. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств, що працюють на ринку друкованих ЗМІ. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 10. С. 384-388.
23. Інтерпретації російсько-українського конфлікту в західних наукових і експертно-аналітичних працях / За ред. В.Кулика. Київ: ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України. 2020. 328 с. URL: <https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2020/05/Kulyk-et-al-Interpretations-of-Russian-Ukrainian-conflict-in-Western-publications-IPiEND-2020.pdf> (дата звернення: 02.12.2020)
24. Ісайкіна О.Д., Попович С. Вплив процесів глобалізації на фінансовий ринок України. *Культура народів Причорномор'я*. 2008. № 126. С. 92-94.
25. Каращук М. Правове забезпечення інформаційної влади в сучасній Україні. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень*. 2009. Вип. 43. С. 289-302.
26. Качинська Н. Міжнародний імідж України в контексті забезпечення захисту національних інтересів. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. Київ. 2010. Вип. 20. С. 298-309.
27. Ковальченко И.Д. Методы исторического исследования. Москва: Наука. 2003. 486 с.
28. Коропатник М. Медійна та інформаційна грамотність – одна із важливих компетентностей, які має формувати нова українська школа: виклики інформаційного суспільства. *Наукові записки Ніжинського*

- державного університету ім. Миколи Гоголя. *Психолого-педагогічні науки*. 2017. С. 99-106.
29. Коропатник М. Медіаосвіта в Україні: історія і сьогодення. *Сіверянський літопис*. 2016. № 3. С. 159-174.
30. Коцур В. Тероризм і засоби масової інформації: межа об'єктивності і мас-медіального продовження терактів. *Політичний менеджмент*. 2009. № 6(39). С. 167-172.
31. Лойко Л.І. Інформаційне суспільство і трансформації політичної влади. *Держава і право*. 2010. Вип. 50. С. 639-642.
32. Малик І. Народження «Доктрини інформаційної безпеки України»: від теорії до практики. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку: Зб. наук. пр.* Львів. 2008. Вип. 22. С. 76-81.
33. Малик І. Національний медіа-простір в умовах глобалізації: прийоми боротьби та правила захисту. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку: Зб. наук. пр.* Львів. 2008. Вип. 21 С. 122-127.
34. Нора П. Частина перша: Теперішнє. Теперішнє, Нація, Пам'ять. Київ: «Кліо». 2014. 272 с.
35. Пашкова. С. Ідея громадянського суспільства: історико-філософські інтерпретації та сучасність. *Мультиверсум. Філософський альманах: Зб. наук. пр.* Київ. 2007. Вип. 60. С. 35-47.
36. Потіха А. Відносини України та США на сучасному етапі в оцінках політиків і експертів. *Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ*. URL:  
[http://www.nbuviar.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3328:suchasnij-stan-ukrajinsko-amerikanskikh-vidnosin&catid=8&Itemid=350](http://www.nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3328:suchasnij-stan-ukrajinsko-amerikanskikh-vidnosin&catid=8&Itemid=350) (дата звернення: 02.12.2020)
37. Пормалев Д. А Приложения методов машинного обучения в задачах анализа текста. *Программные системы: теория и приложения: труды Международной конференции, Переславль-Залесский*. Москва: Физматлит. 2004. С. 35-48



38. Проскуріна О. Політико-правові аспекти розвитку інформаційного суспільства в Україні. *Політичний менеджмент*. 2006. № 3. С. 62-68.
39. Радченко А.І. Періодика майбутнього — паперова чи електронна? *Наука та наукознавство*. 2010. № 2. С. 46-50.
40. Сіленко А. Інформаційні технології – новий імпульс для пошуку парадигми майбутнього суспільства. *Політичний менеджмент*. 2007. № 3. С. 96-112.
41. Сіленко А. Соціально-політичні наслідки інформаційної революції. *Політичний менеджмент*. 2005. № 5. С. 61-74.
42. Сіленко А. Інфокомунікаційні технології та розвиток громадянського суспільства. *Політичний менеджмент*. 2004. № 5. С. 40-55.
43. Стадніченко О. Маніпулятивні та комунікативні елементи суспільно-політичної діяльності мас-медіа. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. Київ. 2004. Вип. 5. С. 30-40.
44. Стефанчук У. Зміст поняття “громадська думка”: основні підходи до визначення та розуміння. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку: Зб. наук. пр.* Львів. 2007. Вип. 19. С. 143-148.
45. Сухорукова А.В. Вплив ЗМІ на формування духовності особистості та суспільства. *Культура народів Причорномор'я*. 2006. № 84. С. 78-82.
46. Трофімов А.Ю. Роль і місце національних мас-медіа в протидії проявам міжнародного тероризму. *Культура народів Причорномор'я*. 2004. № 53. С. 82-85.
47. Хахула Л.І. Державотворчі та національно-демократичні процеси в Україні 1991–2014 рр.: польський суспільно-політичний дискурс. *Український історичний журнал*. 2015. № 1. С. 92-107.
48. Хімяк О. Українська преса на американському континенті (кінець ХІХ – початок ХХ ст.). *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку: Зб. наук. пр.* Львів. 2012. Вип. 24. С. 27-31.
49. Цимбалюк В.С. Мас-медіа право в інформаційному суспільстві. *Інформація і право*. 2011. № 1(1). С. 30-33.

50. Цимбалюк В.С. Правові аспекти функціонування інформаційного суспільства. *Інформація і право*. 2012. № 2(2). С. 40-45.
51. Шевчук О. Особистісні аспекти формування культури як наслідок розвитку інформаційних технологій. *Соціогуманітарні проблеми людини*. №2. 2006. С. 105-115.
52. Шмидт С.О. О классификации исторических источников. *Вспомогательные исторические дисциплины*. Вып. 16. Ленинград. 1985. С. 3-24.
53. Яців А. Українсько-польське порозуміння на сторінках газети «Громадська думка» . *Народознавчі зошити*. 2013. № 6 (114). С. 988-993.

#### **Публіцистика:**

54. Canadian newspaper readership is at an all-time high. URL: <https://mediaincanada.com/2019/05/13/canadian-newspaper-readership-is-at-an-all-time-high> (дата звернення: 02.12.2020)
55. Cherkemoi J. The Most Popular Daily Newspapers In Canada. URL: <https://www.worldatlas.com/articles/the-most-popular-daily-newspapers-in-canada.html> (дата звернення: 02.12.2020)
56. KOF Globalization Index. URL: <https://www.kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html> (дата звернення: 02.12.2020)
57. Newspapers Fact Sheet. URL: <https://www.journalism.org/fact-sheet/newspapers/> (дата звернення: 02.12.2020)
58. Pankieiev O. Opinion: Canada's elections not immune to potential Russian interference. *Edmonton Journal*. URL: <https://edmontonjournal.com/opinion/columnists/opinion-canadas-elections-not-immune-to-potential-russian-interference> (дата звернення: 02.12.2020)
59. Rachel Meng, Youjung Jun, Gita V. Joharh. Research: Being in a Group Makes Us Less Likely to Fact-Check. *Harvard Business Review*. URL:

- <https://www.hbr.org/2017/08/research-being-in-a-group-makes-us-less-likely-to-fact-check> (дата звернення: 02.12.2020)
60. Snapshot 2020 Canada's newspapers. URL: [https://www.nmc-mic.ca/wp-content/uploads/2020/09/Snapshot-2020-FACT-SHEET\\_Final.pdf](https://www.nmc-mic.ca/wp-content/uploads/2020/09/Snapshot-2020-FACT-SHEET_Final.pdf) (дата звернення: 02.12.2020)
61. The Coverage of the Conflict in the East by the Ukrainian Media. Special Report. Kyiv, Detector Media NGO, 2016. 19 pages. URL: [https://www.ms.detector.media/content/files/dm\\_zvit\\_redpraktika\\_engl-new.pdf](https://www.ms.detector.media/content/files/dm_zvit_redpraktika_engl-new.pdf) (дата звернення: 02.12.2020)
62. The top 10 Canadian newspapers. URL: <https://www.muckrack.com/blog/2018/07/18/the-top-10-canadian-newspapers> (дата звернення: 02.12.2020)
63. The top 25 U.S. daily newspapers of fall 2019. URL: <https://www.muckrack.com/blog/2019/10/24/the-top-25-us-daily-newspapers-of-fall-2019> (дата звернення: 02.12.2020)
64. Top 10 Canadian Newspapers. URL: <https://www.agilitypr.com/resources/top-media-outlets/top-10-canadian-print-outlets> (дата звернення: 02.12.2020)
65. Top 10 U.S. Daily Newspapers. URL: <https://www.cision.com/us/2019/01/top-ten-us-daily-newspapers> (дата звернення: 02.12.2020)
66. Trust levels in the news aren't great. URL: <https://www.smartocto.com/blog/trust-levels-in-the-news-arent-great-heres-what-you-can-do-about-it> (дата звернення: 02.12.2020)
67. Вайлдером Р. Сприйняття анексії Криму та війни на Донбасі у британському публічному дискурсі, 2013-2019. URL: <https://www.voxukraine.org/uk/sprijnyattya-aneksiyi-krimu-ta-vijni-na-donbasi-u-britanskomu-publichnomu-diskursi-2013-2019> (дата звернення: 02.12.2020)

68. Индекс глобализации стран мира по версии КОФ. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/kof-globalization-index/info> (дата звернення: 02.12.2020)
69. Мазаев А. Тематическое моделирование в действии. LDA. URL: <https://www.lambda-it.ru/post/tematicheskoe-modelirovanie-v-deistvii-lda> (дата звернення: 02.12.2020)
70. Надельнюк О. Сила слова II: Що розповіли про Україну понад 6 000 заголовків у західних та російських ЗМІ. URL: <https://www.voxukraine.org/uk/sila-slova-ii-shho-rozpovili-pro-ukrayinu-ponad-6-000-zagolovkiv-u-zahidnih-ta-rosijskih-zmi> (дата звернення: 02.12.2020)
71. Наливайко М. Діаспора - Лаврову: Суверенітет України є національним інтересом Канади. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/1954806-diaspora-lavrovu-suverenitet-ukraini-e-nacionalnim-interesom-kanadi.html> (дата звернення: 02.12.2020)
72. Наливайко М. Україна-Канада: що змінилося за два роки Трюдо? URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-diaspora/2331038-ukrainakanada-so-zminilosa-za-dva-roki-trudo.html> (дата звернення: 02.12.2020)
73. Остапчук Д. Сила слова: Як у західних ЗМІ змінювалося ставлення до України. Контент-аналіз 10 000 заголовків. URL: <https://www.voxukraine.org/longreads/headlines/article-ua.html> (дата звернення: 02.12.2020)

**Довідкові видання:**

74. Globalization. *Wikipedia*. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Globalization> (дата звернення: 02.12.2020)
75. Information society. *Wikipedia*. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Information\\_society](https://en.wikipedia.org/wiki/Information_society) (дата звернення: 02.12.2020)

76. Mass Media. *Wikipedia*. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Mass\\_media](https://en.wikipedia.org/wiki/Mass_media) (дата звернення: 02.12.2020)
77. Большой экономический словарь. Москва, 1994. 164 с.
78. Двосторонні відносини з Канадою. URL: <https://edmonton.mfa.gov.ua/generalne-konsulstvo/ekonomichne-spivrobotnictvo> (дата звернення: 02.12.2020)
79. Интеллектуальный анализ текста: как использовать. URL: <https://www.waveaccess.ru/blog/2020/january/9.aspx> (дата звернення: 02.12.2020)
80. Інформація. *Wikipedia*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Інформація> (дата звернення: 02.12.2020)
81. Калакура Я.С. Историчне джерелознавство: Підручник. URL: <http://politics.ellib.org.ua/pages-10817.html> (дата звернення: 02.12.2020)
82. Палеха Ю.І. Загальне документознавство. URL: <https://westudents.com.ua/glavy/10287-klasifikatsya-dokumentv-za-sposobom-dokumentuvannya.html> (дата звернення: 02.12.2020)
83. Україна та США. Політичні відносини. URL: <https://usa.mfa.gov.ua/ukrayina-ta-ssha/politichni-vidnosini-mizh-ukrayinoyu-ta-ssha> (дата звернення: 02.12.2020)

#### **Законодавчі та нормативні документи:**

84. Всесвітній саміт з питань інформаційного суспільства (Женева 2003 – Туніс 2005). Підсумкові документи. Київ. 2006.
85. Домовленість про оборонне співробітництво між Міністерством оборони України та Міністерством національної оборони Канади і Збройними Силами Канади. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124\\_053-17#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124_053-17#Text) (дата звернення: 02.12.2020)

86. Європа та Глобальне інформаційне суспільство. Рекомендації Європейській раді. Матеріали Європейської Комісії 1994-1995 рр. Київ: «Зв'язок». 2000.
87. Меморандум про взаєморозуміння між Урядом України та Урядом Сполучених Штатів Америки щодо основних напрямів та цілей програми допомоги з боку Агентства США. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/840\\_160#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/840_160#Text) (дата звернення: 02.12.2020)
88. Окинавская хартия глобального информационного общества. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/998\\_163](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/998_163) (дата звернення: 02.12.2020)
89. Пріоритети українсько-американського співробітництва (Дорожня карта). URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/840\\_132#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/840_132#Text) (дата звернення: 02.12.2020)
90. Угода між Урядом України та Урядом Канади про економічне співробітництво. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124\\_009#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124_009#Text) (дата звернення: 02.12.2020)
91. Угода між Урядом України та Урядом Сполучених Штатів Америки щодо реалізації програм та проектів міжнародної допомоги у військовій сфері. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/840\\_047#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/840_047#Text) (дата звернення: 02.12.2020)
92. Угода про вільну торгівлю між Україною та Канадою. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/124\\_052-16#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/124_052-16#Text) (дата звернення: 02.12.2020)
93. Угода про дружбу і співробітництво між Україною і Канадою URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124\\_001#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124_001#Text) (дата звернення: 02.12.2020)
94. Хартия Україна-США про стратегічне партнерство. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/840\\_140#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/840_140#Text) (дата звернення: 02.12.2020)

## Додаток А

Згадки про Україну у заголовках найбільших англомовних західних медіа у період з кінця жовтня 2014 – по середину серпня 2016 року

Медіа	Країна	Кількість заголовків	Відсоток від загальної кількості
Reuters	UK	4872	45,9%
Bloomberg	USA	1030	9,7%
Wall Street Journal	USA	638	6%
New York Times	USA	558	5,25%
ABC News	USA	501	4,71%
Guardian	UK	492	4,63%
Washington Post	USA	450	4,23%
Fox News	USA	434	4,08%
BBC	UK	423	3,98%
Financial Times	UK	415	3,89%
Associated Press	USA	278	2,62%
CNN	USA	255	2,4%
USA Today	USA	199	1,87%
Time	USA	79	0,74%
<b>Всього</b>		10 627	100%

## Додаток Б

Згадки про Україну у заголовках найбільших англomовних західних медіа у період з жовтня 2016 – по березень 2018 року

Медіа	Країна	Кількість заголовків	Відсоток від загальної кількості
Reuters	UK	1983	52,6%
Bloomberg	USA	168	4,46%
WallStreetJournal	USA	101	2,67%
NewYorkTimes	USA	321	8,51%
ABC News	USA	152	4,03%
Guardian	UK	92	2,44%
Washington Post	USA	248	6,58%
Fox News	USA	198	5,25%
BBC	UK	149	3,95%
Financial Times	UK	151	4%
Associated Press	USA	75	1,98%
CNN	USA	62	1,64%
USA Today	USA	56	1,49%
Time	USA	15	0,4%
<b>Всього</b>		<b>3771</b>	<b>100%</b>



## Додаток В

Порівняння кількості згадок про Україну у заголовках найбільших англомовних західних медіа за даними Vox Ukraine

<b>Період</b>	<b>Кількість статей</b>	<b>Статей на місяць</b>	<b>Зміна кількості згадок</b>
кінець жовтня 2014 – середина серпня 2016	10 627	492	Зменшення у 2,2 рази
жовтень 2016 – березень 2018	3771	222	





## Додаток Е

Зниження/зростання абсолютної кількості згадок слова "Ukraine" у матеріалах електронних видань відповідно попереднього періода. База даних – офіційні сайти видань, результати пошуку.

<b>Видання</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Globe and Mail	н/з	↓ x3,15	↓ x1,41	↓ x1,33	↑ x1,44	↑ x1,66
Toronto Star	н/з	↓ x3,03	↓ x1,59	↓ x1,13	↑ x1,2	↑ x3,94
National Post	н/з	↓ x1,78	↓ x2	↑ x2,6	↑ x1,3	↑ x1,7
New York Times	н/з	↓ x2,49	↓ x1,91	↑ x1,05	↓ x1,03	↑ x2,62
The Wall Street Journal	н/з	↓ x3,47	↓ x2,06	↓ x1,23	↓ x1,46	↑ x1,72
USA Today	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д

## Додаток Ж

Абсолютна кількість згадки слова "Ukraine" у матеріалах електронних видань США та Канади за періодами. База даних – NOW Corpus

<b>Країна</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>Всього</b>
Канада	6058	2200	2696	2621	2609	5010	21289
США	6969	3349	3628	3182	3197	36719	57042

## Додаток 3

Концентрація абсолютної кількості згадок слова "Ukraine" у матеріалах електронних видань США та Канади за періодами. База даних – NOW Corpus.

<b>Країна</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>Всього</b>
Канада	28,58%	10,38%	12,72%	12,36%	12,33%	23,63%	100%
США	12,21%	5,87%	6,36%	5,57%	5,62%	64,37%	100%

## Додаток К

Зниження/зростання абсолютної кількості згадок слова "Ukraine" у матеріалах електронних видань США та Канади за періодами. База даних – NOW Corpus.

<b>Країна</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Канада	н/з	↓ x2,75	↑ x1,22	↓ x1,02	≈ 1	↑ x1,92
США	н/з	↓ x2,08	↑ x1,08	↓ x1,14	≈ 1	↑ x11,44

Додаток Л

Абсолютна кількість згадок слова «Україна» у канадських електронних виданнях. Параметри та результати пошуку у базі даних NOW Corpus.

The screenshot displays the NOW Corpus search interface. At the top, the search term 'Ukraine' is entered in the search box, and the location is set to 'Canada'. The search results are displayed in a table with columns for the year and the number of occurrences. The table shows a total of 21,289 occurrences for 'UKRAINE' across the period from 2014-1 to 2019-2. The interface also includes options for 'List', 'Chart Collocates Compare KWIC', and 'Find matching strings'. A 'Sections' dropdown menu is open, showing a list of years from 2014-1 to 2020-2. The search results table is as follows:

Year	Occurrences
2014-1	3463
2014-2	2595
2015-1	1482
2015-2	718
2016-1	1322
2016-2	1374
2017-1	1469
2017-2	1247
2018-1	1094
2018-2	1515
2019-1	1746
2019-2	3264
<b>Total</b>	<b>21289</b>

The interface also includes a 'Sections' dropdown menu with the following options: --IGNORE--, 2020-2, 2020-1, 2019-2, 2019-1, 2018-2, 2018-1, 2017-2, 2017-1, 2016-2, 2016-1, 2015-2, 2015-1, 2014-2, 2014-1, United States, Canada, and Great Britain. The search results table is also displayed, showing the following data:

Year	Occurrences
2014-1	3463
2014-2	2595
2015-1	1482
2015-2	718
2016-1	1322
2016-2	1374
2017-1	1469
2017-2	1247
2018-1	1094
2018-2	1515
2019-1	1746
2019-2	3264
<b>Total</b>	<b>21289</b>



## Додаток М

Абсолютна кількість згадок слова «Україна» у електронних виданнях США. Параметри та результати пошуку у базі даних NOW Corpus.

The screenshot displays the NOW Corpus search interface. The search term is 'UKRAINE' and the results are filtered by date from 2014 to 2019. The frequency table shows the number of occurrences for each year. The context view shows the word 'UKRAINE' in a list with a count of 57042.

Year	Frequency
2014-1	4354
2014-2	2615
2015-1	1787
2015-2	1562
2016-1	1289
2016-2	2339
2017-1	1444
2017-2	1736
2018-1	1503
2018-2	1694
2019-1	2016
2019-2	34703