

УДК 81-119

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2026.48.15>**ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ (2022–2026): ДИСКУРСИВНО-КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ****CONSTRUCTING UKRAINE'S INTERNATIONAL IMAGE IN ENGLISH-MEDIA DISCOURSE (2022–2026): A DISCURSIVE AND COMMUNICATIVE PERSPECTIVE****Пастернак Т.А.,***orcid.org/0000-0003-0589-6881*

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри романо-германських мов

Національної академії Служби безпеки України

У статті досліджено дискурсивно-комунікативні механізми формування міжнародного іміджу України в англomовному медіадискурсі у 2022–2026 рр. в умовах повномасштабної російсько-української війни. Теоретичну основу становлять праці з *nation branding*, публічної та цифрової дипломатії, репутаційної безпеки, стратегічних наративів і медійного фреймінгу. Матеріал охоплює англomовні комунікації Президента України, МЗС України, Ukraine.ua, UNITED24 та окремі повідомлення міжнародних медіа. Застосовано дискурсивний, контекстуальний, лексико-семантичний і фреймовий аналіз. Встановлено, що у 2022 р. імідж України формувався переважно навколо концептів *bravery, freedom, resistance, heroism* і *solidarity*, які репрезентували державу як мужню націю, що чинить спротив агресії та захищає демократичні цінності. У 2023–2024 рр. до них системно додалися *resilience, Europe, security, democracy* і *future*, що посилювало образ України як складової європейського політичного й безпекового простору. У 2025–2026 рр. більшої ваги набули *partnership, leadership, cooperation, recovery, reconstruction* та *innovation*, актуалізуючи міжнародну суб'єктність держави, її безпековий і технологічний потенціал. Аналіз засвідчив поступове розширення набору іміджевих характеристик та зміну їхнього комунікативного значення відповідно до розвитку воєнно-політичного контексту. Доведено, що ранній образ героїчної та незламної нації не зникає, а стає основою для формування образу стійкої, демократичної, європейської та стратегічно значущої держави. Семантика *support* поступово розширюється семантикою *partnership*, а *resilience* переходить від морально-психологічної характеристики до маркера інституційної компетентності. Англomовний медіадискурс, таким чином, відображає перехід від переважно емоційно-мобілізаційної репрезентації України до формування її довгострокової міжнародної репутації як активного суб'єкта міжнародної взаємодії та стратегічного партнера.

Ключові слова: міжнародний імідж, Україна, англomовний медіадискурс, стратегічні наративи, публічна дипломатія, цифрова дипломатія, фреймінг, репутаційна безпека.

The article examines the discursive and communicative mechanisms involved in constructing Ukraine's international image in English-language media discourse from 2022 to 2026 during the full-scale Russian-Ukrainian war. The theoretical framework draws on nation branding, public and digital diplomacy, reputational security, strategic narratives, and media framing. The material comprises English-language communications of the President of Ukraine, the Ministry of Foreign Affairs of Ukraine, Ukraine.ua, UNITED24, and selected international media messages. Discourse, contextual, lexical-semantic, and frame analyses are applied. In 2022, Ukraine's image was structured mainly around *bravery, freedom, resistance, heroism*, and *solidarity*, representing the country as a courageous nation resisting aggression and defending democratic values. In 2023–2024, this framework was supplemented by *resilience, Europe, security, democracy*, and *future*, strengthening the representation of Ukraine as part of the European political and security space. In 2025–2026, *partnership, leadership, cooperation, recovery, reconstruction*, and *innovation* became more prominent, foregrounding Ukraine's international agency and its security and technological potential. The analysis reveals a gradual expansion of Ukraine's image characteristics and changes in their communicative functions in response to the evolving political and military context. The study demonstrates that the early image of a heroic and unbreakable nation does not disappear but becomes the foundation for an image of a resilient, democratic, European, and strategically significant state. The semantics of support gradually expands towards partnership, while resilience develops from a moral and psychological characteristic into a marker of institutional competence. English-language media discourse thus reflects a transition from a predominantly emotional and mobilising representation of Ukraine towards the construction of its long-term international reputation as an active international actor and strategic partner.

Key words: international image, Ukraine, English-language media discourse, strategic narratives, public diplomacy, digital diplomacy, framing, reputational security.

Постановка проблеми. Повномасштабне вторгнення Російської Федерації в Україну 24 лютого 2022 р. істотно змінило не лише безпекове середовище Європи, а й міжнародне сприйняття України. В умовах війни імідж держави формується у взаємодії політичної комунікації, цифрових платформ, медіа, громадянського суспільства та міжнародних

партнерів. Репутація набуває безпекового виміру, оскільки міжнародне сприйняття пов'язане з політичною солідарністю, підтримкою та здатністю держави просувати власні стратегічні наративи [1, с. 345–358; 2, с. 185–189].

До 2022 р. образ України поєднував демократичні та євроінтеграційні асоціації зі стереоти-

пами пострадянської периферійності й інституційної слабкості. Після початку повномасштабної агресії в англomовному інформаційному просторі посилюються асоціації України зі свободою, демократією, мужністю, стійкістю та спротивом [1, с. 345–358]. Водночас міжнародний образ країни конструюється в умовах системної конкуренції з російськими наративами, що робить особливо важливими способи вербальної та мультимодальної саморепрезентації держави.

Метою статті є з'ясування основних дискурсивно-комунікативних механізмів формування міжнародного іміджу України в англomовному медіадискурсі у 2022–2026 рр. та визначення динаміки ключових лексико-семантичних доменів і фреймів. Матеріал охоплює офіційні англomовні комунікації Президента України, МЗС України, Ukraine.ua, UNITED24 та окремі репрезентативні повідомлення міжнародних медіа. Застосовано дискурсивний, контекстуальний, лексико-семантичний і фреймовий аналіз.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні дослідження міжнародного іміджу України розвиваються на перетині *nation branding*, публічної дипломатії, стратегічних комунікацій, медіадосліджень і критичного дискурсу-аналізу. С. Т. Лі визначає війну як боротьбу за міжнародне сприйняття та пов'язує зміцнення образу України з демократією, свободою і національним спротивом [1, с. 345–358]. Н. Канева, А. Долеа та І. Манор показують, що в кризових умовах національний бренд дедалі менше залежить від маркетингової презентації й дедалі більше – від реальної поведінки держави, суспільних цінностей та переконливої комунікації [2, с. 185–189].

Особливе місце у воєнній репрезентації України посідає концепт *bravery*. Н. Канева на матеріалі кампанії Brave Like Ukraine трактує *мужність* як центральний елемент воєнного бренду, який поєднує свободу, стійкість і готовність до спротиву, водночас застерігаючи від надмірної героїзації [3, с. 232–236]. Н. Дж. Калл розглядає репутацію як ресурс безпеки: цифрове медійне середовище дає державі змогу безпосередньо взаємодіяти з міжнародною аудиторією й підтримувати репутаційну стійкість [4, с. 195–199].

Г. Болін і П. Стольберг підкреслюють взаємозв'язок *nation branding* і *nation building*: зовнішній образ України спирається на внутрішню мобілізацію, солідарність та участь державних і недержавних акторів [5, с. 218–222]. Т. Серафін пов'язує комунікаційний успіх початкового періоду війни з персоніфікованою цифровою комуніка-

цією Президента України, використанням відеозвернень і адаптацією повідомлень до конкретних міжнародних аудиторій [6, с. 460–476]. Г. Ділан і Т. Дж. Магвайр показують, що міжнародний образ України додатково легітимізувався комунікацією партнерів, зокрема публічним використанням розвідувальної інформації про підготовку російського вторгнення [7, с. 33–74].

Медійний вимір проблеми деталізує А. Вербицька, яка на матеріалі Euronews та Kyiv Post виявляє взаємопов'язані фрейми *безпеки, оборони, економіки, міжнародної політики, громадської думки й гуманітарних наслідків* [8, с. 174–193]. Д. Ху і Ц. Ван демонструють, що англomовні вебресурси зовнішньополітичних відомств функціонують як простір боротьби за відповідальність, достовірність і легітимність конкуруючих інтерпретацій [9]. К. Бйола та А. Ф'єллед концептуалізують український *Strategic Self* як поєднання позитивного *Projecting Self* і *Distancing Self*, спрямованого на відмежування від російського агресивного наративу [10, с. 2059–2083].

Для аналізу пізнішого етапу важливими є поняття репутаційної безпеки та адаптивності стратегічних наративів. П. Сухорольський та І. Сухорольська наголошують, що позитивна репутація має оцінюватися за здатністю мотивувати зовнішні аудиторії до конкретних форм підтримки [11, с. 268–291]. С. Вентура показує, що офіційний Instagram-акаунт Ukraine.ua поєднує вербальний і візуальний сторітелінг, персоніфікуючи війну через образи військових, волонтерів і цивільних та поєднуючи віктимність з агентністю [12, с. 379–403]. Таким чином, наукова дискусія поступово переходить від опису різкого іміджевого піднесення 2022 р. до питання про те, як утримувати репутаційну значущість України в умовах тривалої війни.

Еволюція міжнародного іміджу України у 2024–2026 рр. У 2024–2026 рр. міжнародний імідж України ускладнюється. Емоційна модель, заснована на співчутті, солідарності й героїзації спротиву, не зникає, але дедалі більше доповнюється раціональними оцінками політичної суб'єктності, безпекової компетентності, технологічного потенціалу, прозорості та перспектив відновлення. Ukraine's Global Perception Report 2024 фіксує зниження частки теми міжнародної підтримки у медійному висвітленні з 32% у 2023 р. до 21% у 2024 р. та перехід до більш прагматичного обговорення умов і результативності допомоги [13]. При цьому серед позитивних атрибутів зберігаються «демократична кра-

їна», «нація героїв», «член європейської сім'ї», а помітнішою стає характеристика українців як креативних людей [13].

Це свідчить не про руйнування позитивного образу, а про зміну режиму сприйняття. Початковий «емоційний ореол» поступово має підкріплюватися знанням про те, що Україна може запропонувати міжнародній спільноті: безпековий досвід, технологічні рішення, економічний потенціал і культурну суб'єктність. Дослідження 2025 Ukraine's Country Reputation також фіксує розрив між сильним політико-моральним образом України та слабшим економічним і поведінковим компонентами репутації: повага й довіра не автоматично перетворюються на готовність інвестувати, навчатися чи подорожувати [14].

Дискурсивне підґрунтя цієї зміни формують стратегічні наративи. О. Снітко виокремлює ідентичнісний метанаратив, структурований навколо незалежності, державності, історичної пам'яті, героїзму та протиставлення російським імперським конструкціям [15, с. 19–40]. Для зовнішньої аудиторії цей наратив розширюється через належність України до європейського цивілізаційного простору та її здатність збагачувати спільний простір власним досвідом стійкості. М. Ярчі трактує стратегічні наративи як інструмент *image war*, у межах якого політичні актори конструюють моделі *жертви*, *агресора*, *відповідальності* та бажаної міжнародної реакції; ефективність таких наративів залежить від їхньої адаптивності [16].

У результаті до образу України як *жертви агресії* та *героїчної нації* нашаровуються нові репутаційні характеристики: *демократичний європейський суб'єкт*, *безпековий партнер*, *технологічно інноваційна держава* та *учасник майбутньої реконструкції*. Децентралізований характер цього іміджетворення посилюється участю дипломатів, військових, волонтерів, митців, науковців, бізнесу й цифрових спільнот [17, с. 32–49].

Лінгводискурсивні маркери міжнародного іміджу України в англomовній комунікації 2022–2026 рр.

Офіційна англomовна комунікація дає змогу простежити трансформацію іміджу на рівні ключових номінацій. У 2022 р. семантичним ядром стає *bravery*. Формула *Being brave is our brand* переводить прикметник *brave* з ситуативної характеристики у маркер колективної ідентичності; поряд функціонують *the bravest country*, *brave nation*, *courage*, *heroic resistance*, *unbreakable people* [18]. Концепт *bravery* тісно взаємодіє з *freedom*: звернення до *free people of the free world* та визначення України як *symbol of*

struggle for freedom включають український спротив у ширший дискурс захисту демократичних цінностей [18].

У 2023–2024 рр. зростає продуктивність концепту *resilience* та фрейму *Ukraine as Europe*. Анафорична конструкція *Ukraine is alive. Ukraine lives. Ukraine fights* репрезентує стійкість як життєздатність, тоді як словосполучення *energy resilience*, *cyber resilience*, *democratic resilience* поступово надають їй інституційного змісту. Паралельно активізується поле *Europe – European – EU – European security*: Україна дедалі частіше подається не лише як держава, яка прагне до Європи, а як чинник її безпеки.

У 2025–2026 рр. відчутно посилюються номінації *security*, *partnership*, *cooperation*, *leadership*, *innovation*, *recovery* та *reconstruction*. Формули *enduring strategic partnership*, *mutual security and growth benefits*, *not an observer but one of the leaders* зміщують семантичний центр від односторонньої підтримки до взаємності, компетентності й лідерства [19]. Відповідно, іміджевий сценарій еволюціонує від «Україна потребує підтримки» до «Україна посилює спільну безпеку і є партнером».

Слоганоподібні конструкції концентрують ці зміни в коротких формулах. *Brave Like Ukraine* персоніфікує державу через мужність; *Stand with Ukraine* актуалізує сценарій солідарності. Сам бренд UNITED24 також є лінгвістично значущим. Дієприкметникова форма *united* містить семантику колективності, тоді як число 24 одночасно відсилає до дати початку повномасштабного вторгнення та створює впізнаваний міжнародний знак. У нинішній комунікації платформи поряд із *support* і *donate* активно функціонують номінації *Defense*, *Humanitarian Demining*, *Medical Aid*, *Rebuild Ukraine*, *Education and Science*, що значно розширює семантичну структуру образу країни: Україна репрезентується не тільки через війну, а й через відновлення, освіту, технології та майбутнє [20].

Для виявлення основних тенденцій було здійснено якісний дискурсивний аналіз вибірки англomовних заголовків і ключових повідомлень офіційних українських джерел та міжнародних медіа. Матеріал систематизовано відповідно до домінантних фреймів.

Матеріал таблиці демонструє семантичне розширення іміджевого поля. Для 2022 р. найбільш продуктивними є *bravery*, *freedom*, *resistance*, *heroism*, *solidarity*; у 2023–2024 рр. до них додаються *resilience*, *europe*, *security*, *democracy*, *future*; у 2025–2026 рр. посилюються *partnership*,

Дискурсивна репрезентація України в англomовних повідомленнях 2022–2026 рр.

Рік	Приклад англomовної номінації / заголовка	Джерело	Домінантний фрейм
2022	Being brave is our brand	President of Ukraine	мужність як національний бренд
2022	Ukraine is a real symbol of struggle for freedom	President of Ukraine	свобода; демократичні цінності
2022	Brave Like Ukraine	Ukraine.ua / державна бренд-комунікація	персоніфікація через bravery
2022	UNITED24 / unite the world around supporting Ukraine	UNITED24	глобальна єдність і мобілізація
2023	Ukraine is alive. Ukraine lives. Ukraine fights	President of Ukraine	стійкість; життєздатність
2023	Ukraine will be able to protect Europe	President of Ukraine	безпекова суб'єктність
2024	Ukraine Will Definitely Become a Full Member of the European Union	President of Ukraine	європейська інтегрованість
2024	energy resilience	MFA of Ukraine	інституційна стійкість
2025	strengthen cyber resilience and counter hybrid threats	MFA of Ukraine	технологічна компетентність
2025	enduring strategic partnership	Ukraine–UK Strategic Dialogue	партнерська суб'єктність
2026	not an observer but one of the leaders	President of Ukraine	лідерство
2026	accessible, dignified, inclusive, and European Ukraine	MFA of Ukraine	європейськість; інклюзивність

leadership, cooperation, recovery, reconstruction та *innovation*. При цьому рання семантика героїзму не витісняється: вона стає базовим репутаційним шаром, на який нашаровуються нові характеристики.

На дискурсивному рівні цю трансформацію можна представити як зміну домінантних комунікативних моделей:

2022: Ukraine suffers → Ukraine resists → the world must support Ukraine;

2023–2024: Ukraine resists → Ukraine remains resilient → Ukraine protects shared European values;

2025–2026: Ukraine contributes → Ukraine cooperates → Ukraine strengthens common security → Ukraine is a strategic partner.

Отже, *bravery* розширюється до *resilience*, *resilience* – до *competence*, а *support* – до *partnership*. Це свідчить про поступовий перехід від дискурсу моральної мобілізації до дискурсу довгострокової репутаційної цінності.

Висновки. Формування міжнародного іміджу України в англomовному медіадискурсі 2022–2026 рр. є динамічним процесом взаємодії державної комунікації, цифрової дипломатії та міжнародних медіа. Міжнародний образ України

конструюється через взаємопов'язані концепти *bravery, freedom, resilience, democracy, security, partnership* і *reconstruction*. На початковому етапі домінують мовні засоби героїчного спротиву й захисту демократичних цінностей; надалі вони доповнюються семантикою європейської інтегрованості, інституційної стійкості, безпекової компетентності, партнерства й відновлення.

Дискурсивний аналіз засвідчив трансформацію семантичного наповнення ключових номінацій і комунікативних стратегій. Концепти мужності, свободи та незламності залишаються основою позитивного образу, доповнюючись доменами партнерства, інноваційності, лідерства, стійкості та європейської інтеграції. Це свідчить про перехід від емоційної мобілізації міжнародної аудиторії до формування довгострокової репутації України як сучасної європейської держави, здатної протистояти агресії та сприяти міжнародній безпеці й відновленню.

Перспективи подальших досліджень полягають у застосуванні корпусних методів та інструментів цифрової лінгвістики для простеження динаміки концептів, наративів і мовних стратегій формування міжнародного іміджу України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Lee S. T. A battle for foreign perceptions: Ukraine's country image in the 2022 war with Russia. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2023. Vol. 19, No. 3. P. 345–358.
2. Kaneva N., Dolea A., Manor I. Public diplomacy and nation branding in the wake of the Russia–Ukraine War. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2023. Vol. 19, No. 2. P. 185–189.

3. Kaneva N. "Brave Like Ukraine": A critical discourse perspective on Ukraine's wartime brand. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2023. Vol. 19, No. 2. P. 232–236.
4. Cull N. J. The war for Ukraine: reputational security and media disruption. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2023. Vol. 19, No. 2. P. 195–199.
5. Bolin G., Ståhlberg P. Nation branding vs. nation building revisited: Ukrainian information management in the face of the Russian invasion. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2023. Vol. 19, No. 2. P. 218–222.
6. Serafin T. Ukraine's President Zelensky Takes the Russia/Ukraine War Viral. *Orbis*. 2022. Vol. 66, No. 4. P. 460–476.
7. Dylan H., Maguire T. J. Secret Intelligence and Public Diplomacy in the Ukraine War. *Survival*. 2022. Vol. 64, No. 4. P. 33–74.
8. Verbytska A. Topic modelling as a method for framing analysis of news coverage of the Russia-Ukraine war in 2022–2023. *Language & Communication*. 2024. Vol. 99. P. 174–193.
9. Hu D., Wang C. Hybrid media warfare: Discourse analysis of Russian and Ukrainian MFA websites on the Bucha Incident. *Telematics and Informatics Reports*. 2025. Vol. 20. Article 100256.
10. Bjola C., Fjällhed A. Public diplomacy in the crossfire: decoding Ukraine's 'Strategic Self' during wartime. *International Affairs*. 2025. Vol. 101, No. 6. P. 2059–2083.
11. Sukhorolskyi P., Sukhorolska I. The public diplomacy of Ukraine in wartime: a path to reputational security. *Eastern Journal of European Studies*. 2024. Vol. 15. Special Issue. P. 268–291.
12. Ventura S. War and Its Imagery: The Visual Narrative of the Ukrainian State's Instagram Account Ukraine. Ua as a Tool of Digital Public Diplomacy. *International Journal of Strategic Communication*. 2025. Vol. 19, No. 3. P. 379–403.
13. BRAND UKRAINE. *Ukraine's Global Perception Report 2024*. 2025. URL: <https://brandukraine.org.ua/en/analytics/ukraines-global-perception-report-2024/> (Last accessed: 24.08.2026).
14. Reputation Lab, BRAND UKRAINE. *2025 Ukraine's Country Reputation*. 2025. URL: https://brandukraine.org.ua/en/analytics/ukraine-country-reputation_2025/ (Last accessed: 24.08.2026).
15. Снитко О. С. Внутрішній та зовнішній стратегічні наративи України: шляхи тестування ідей. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2025. Вип. 50. С. 19–40.
16. Yarchi M. Strategic narratives as an image war tool. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2025. URL: <https://link.springer.com/article/10.1057/s41254-025-00418-0> (Last accessed: 24.08.2026).
17. Geraskov S., Bannikova S. Image at Gunpoint: Public Diplomacy of Ukraine in Terms of War. *Cosmopolitan Civil Societies: An Interdisciplinary Journal*. 2026. Vol. 18, No. 2. P. 32–49.
18. Бути сміливими – це наш бренд; будемо поширювати нашу сміливість у світі – звернення Президента Володимира Зеленського. Президент України : офіційне інтернет-представництво. 7 квітня 2022 р. URL: <https://www.president.gov.ua/en/news/buti-smilivimi-ce-nash-brend-budemo-poshiryuvati-nashu-smili-74165> (дата звернення: 24.08.2026).
19. Міністерство закордонних справ України : офіційний вебсайт. URL: <https://mfa.gov.ua/> (дата звернення: 24.08.2026).
20. About UNITED24. UNITED24 : офіційна фандрейзингова платформа України. URL: <https://u24.gov.ua/about> (дата звернення: 24.08.2026).



Стаття поширюється на умовах
ліцензії відкритого доступу CC BY 4.0

Дата першого надходження статті до видання: 28.08.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 18.09.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 15.10.2026