

УДК 070:004.774]:32.019.51

ОБРАЗ УКРАЇНИ В МАТЕРІАЛАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО АГЕНТСТВА “REUTERS”

Наталія Семен

Національний університет «Львівська політехніка»

вул. Князя Романа, 3, 79000, Львів, Україна

e-mail: natalia.f.semen@lpnu.ua

<https://orcid.org/0000-0002-4814-0198>

Російсько-українська війна вже давно стала топ-темою у світових засобах масової інформації. Велика Британія є активним партнером України і постійно виділяє чималу допомогу для того, аби наша країна наносила ефективну відсіч російським окупантам. Мас-медіа Великої Британії, зокрема інформаційне агентство “Reuters”, також регулярно висвітлюють тему російської агресії в Україні та інформують міжнародну спільноту про ці події.

Ключові слова: медіа; контент; війна; Україна; інформаційне агентство; імідж.

1. Постановка проблеми. Агенція “Reuters” входить у світову систему інформаційних агентств. Її клієнтами є державні установи, численні медіа як Великої Британії, так і світу. Це агентство активно та оперативно реагує на події в Україні та інформує світову аудиторію про них. На сайті ресурсу щодня з’являються новини про російсько-українську війну, для цього тут виокремили спеціальну рубрику “Ukraine and Russia at War” («Україна і Росія у війні»).

Варто зауважити, що, попри позицію підтримки, все ж таки “Reuters” часом демонструє доволі неоднозначне ставлення до ситуації в Україні, про що свідчать дослідження українських медійників. Наприклад, на сайті “Reuters” в особистому профілі користувача під назвою “My news” можна обрати теми для персональної розсилки і там рубрика про війну Росії проти України називається “Ukraine Crisis” («Українська криза»). Це помітив керівник Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки Ігор Соловей. За його словами, такі прийоми є неприпустимими для медіа країни, яка підтримує Україну, адже: «Таким чином відповідальність ніби перекладається на Україну, з якою «щось не так». Тим часом Росія, котра є джерелом проблем, залишається поза фокусом уваги. До того ж, «криза» – надто делікатний термін, який розмиває жакливу реальність геноцидальної російської агресії. Так само некоректно вживати формулювання «українська війна» (ніби її

розпочала Україна) або «війна в Україні» (ніби це суто наша внутрішня проблема)»¹.

Саме тому важливо регулярно і ретельно досліджувати наративи контенту про російсько-українську війну і способи його подачі, оскільки саме проукраїнська риторика, правдиве відтворення образу нашої країни допоможе підтримувати позитивний імідж на світовій арені, а це дасть змогу залучати більшу підтримку з боку наших іноземних партнерів, зокрема і з Великої Британії. У цьому і полягає *актуальність* теми цього дослідження.

Метою цієї роботи є дослідити, як зображають Україну в матеріалах британського інформаційного агентства “Reuters”. Щоб досягти мети, ми поставили перед собою такі *завдання*: 1. Проаналізувати наукові праці, що стосуються висвітлення інформації про російсько-українську війну в мас-медіа. 2. Розглянути матеріали інформаційного агентства “Reuters” про Україну та події російсько-української війни. 3. Виокремити групи образів, в яких зображується Україна в матеріалах “Reuters”. 4. На основі проаналізованих матеріалів “Reuters”, обґрунтувати образ України в контенті цього медіа. 5. Окреслити перспективні та проблемні моменти цієї тематики на ресурсі інформагентства “Reuters”.

2. Аналіз останніх досліджень та публікацій. Тема висвітлення російсько-української війни в медіа в останні роки стала об’єктом багатьох наукових досліджень. Серед них можна виділити праці Білоніжки І., Народовської О., Заболотської О., Ялової О., Савон К., Цурканової І. та інших.

Дослідники Білоніжка І. та Народовська О. аналізують засоби та складові елементи, які потрібні для створення іміджу України, також вони окреслюють саме поняття іміджу та його масштаби, опираючись на лексичні засоби у тревел-блогах на платформі YouTube. Виділяють характеристики цього поняття². Дослідниця Савон К. аналізує основні правові положення, що регулюють процес покращення іміджу України на світовій арені та безпосередньо в межах своєї території, окреслює проблемні та перспективні моменти сторін іміджу України, приділяє увагу різниці між розумінням іміджу в нашій країні та у світі³. Заболотська О. аналізує міжнародний імідж України через меми, карикатури, словесні засоби, пости в соцмережах тощо. Це дає змогу побачити, як сприймають Україну пересічні користувачі у різних країнах світу⁴. Цурканова І. розмірковує над важливістю правильно сформованого іміджу України і зазначає, що «рівень підтримки з боку міжнародних партнерів пов’язаний з іміджем країни та її лідера». Також науковиця детально опи-

¹ Мельник, Р. (2024), Сайт Reuters у профілі користувача досі називає російську агресію «українською кризою», *Детектор медіа*, 29 липня. URL: <https://detector.media/infospace/article/230199/2024-07-29-sayt-reuters-u-profil-korystuvacha-dosi-nazyvaie-rosiysku-agresiyu-ukrainskoyu-kryzoyu/>.

² Білоніжка, І. С., Народовська, О. М. (2020), «Лексичні засоби створення іміджу України (на основі аналізу відеоблогів на платформі “YouTube”)», *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, № 46, Том 1, с. 35 – 38.

³ Савон, К. В. (2019), «Міжнародний імідж України: сучасний стан та перспективи розвитку», *Актуальні проблеми політики*, Вип.64, с. 180 – 193.

⁴ Заболотська, О. (2025), «Образ українця в російськомовних медіаконтентах», *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*, Вип. 3 (214), с. 267 – 274.

сує державні заходи щодо створення і посилення правильного іміджу України на міжнародній арені⁵.

Однак в українському журналістикознавстві все ж таки не вистачає праць, у яких би досліджували саме конкретний образ України, її міжнародний імідж в медіа Великої Британії та інших країн світу. Переважно, чимало досліджень сфокусовані саме довкола поняття іміджу країни, його складових, або ж лінгвістичних засобів створення образу України, натомість існує потреба в дослідженнях самого контенту про нашу країну в закордонних медіа.

3. Методологічна основа дослідження. У цій роботі застосовані такі методи дослідження: контент-аналіз, описовий метод та узагальнення. За допомогою контент-аналізу був проаналізований контент на онлайн-ресурсі інформаційного агентства “Reuters” за період 2025 року. Завдяки описовому методу вдалось виокремити групи образів України в матеріалах “Reuters”. Цей метод дав змогу окреслити позитивні і негативні аспекти в подачі такого контенту на ресурсі “Reuters”. Також за допомогою описового методу вдалось сформулювати результати дослідження, провести огляд останніх досліджень та публікацій, що стосуються іміджу України у світовому медіапросторі. Метод узагальнення дав можливість сформулювати висновки, що матимуть прикладне значення для всіх, хто використовує світові медіаресурси як джерело отримання інформації.

4. Вклад основного тексту матеріалу дослідження. Інформаційне агентство “Reuters” має 197 кореспондентських бюро по всьому світу. В Україні власного бюро немає, проте є власні кореспонденти, які активно і оперативно інформують про події в Україні.

Події в Україні завжди були в полі інтересу цього медіа. Адже ще з 2014 року агенція активно висвітлювала події Революції Гідності, анексії Криму, в зоні АТО. На тлі цих подій, агентство “Reuters” зображало нашу країну як таку, що гідно тримає оборону і чинить опір російським окупантам. Аналізуючи матеріали цього медіа періоду 2013 р. по теперішній час, стає зрозуміло, що Велика Британія не визнає жодну з окупованих Росією українських територій, вважає Російську Федерацію країною-агресоркою, а її президента В. Путіна та військових ЗС РФ – воєнними злочинцями. Наприклад, у матеріалі під назвою “Ukraine identifies Russian commander as suspect in Bucha killings” мова йде про те, що українська сторона ідентифікувала чергового російського воєнного злочинця, який причетний до масових вбивств цивільного населення в м. Буча. Слідчі встановили цілий ланцюжок окупантів, що скоїли криваві вбивства місцевих жителів, а також підозру було вручено їхньому командирові. Як бекграунд до цього матеріалу, подана інформація про те, що інформаційне агентство “Reuters” також проводило власне розслідування, опубліковане в травні 2022 року, у ньому було висвітлено роль 76-ї десантно-штурмової дивізії РФ у подіях у Бучі⁶.

Після повномасштабної війни в матеріалах цього медіа часто наголошується на тому, що Росія порушує міжнародне право, посягаючи на суверенітет і територіальну

⁵ Цурканова, І. (2023), «Імідж України в умовах війни та міжнародна політична підтримка», *Грані. Політологія*, Том 26, №3, с. 87 – 93.

⁶ Deutsch, A. (2025), “Ukraine identifies Russian commander as suspect in Bucha killings”, available at: <https://www.reuters.com/world/ukraine-identifies-russian-commander-suspect-bucha-killings-2025-11-20/> (accessed 25 November 2025).

цілісність України. Відтак з такої риторики чітко зрозуміло, що міжнародна спільнота визнає Україну і вважає її серйозним політичним суб'єктом на карті світу. Наприклад, у матеріалі під назвою “EU’s von der Leyen, NATO’s Rutte join Ukraine talks in Berlin” мова йде про те, що мають відбутись переговори щодо укладення мирної угоди і на них мають бути присутні президент Європейської комісії Урсула фон дер Ляєн та Генеральний секретар НАТО Марк Рютте, а також до переговорів у Берліні приєднуються як посадовці, так і лідери Великої Британії, Італії, Нідерландів, Польщі та Швеції. Це свідчить про численну підтримку України світовою спільнотою⁷.

Окремої уваги заслуговують матеріали, в яких демонструється стійкість і згуртованість українського суспільства. Часто героями матеріалів “Reuters” є цивільні, які постраждали від збройної агресії Росії, військовослужбовці, волонтери, лікарі, представники різних рівнів української влади. Саме вони є авторитетними джерелами інформації, які створюють ефект присутності в аудиторії. Особливо це помітно в жанрі репортажу, який не лише інформує аудиторію, а й часто документує воєнні злочини Кремля.

Також часто матеріали цього інформгентства базуються на опитуваннях громадської думки стосовно суспільно важливих питань. Наприклад, в основі матеріалу під назвою “Vast majority of Ukrainians reject major peace concessions, poll finds” є соціологічне опитування, проведене Київським міжнародним інститутом соціології. Результати свідчать про те, що 72% українців готові до угоди, яка заморозить нинішню лінію фронту та міститиме деякі компроміси. Однак 75% опитаних вважали, що дружній до Росії план, який передбачав би відмову України від території або обмеження чисельності її армії без отримання чітких гарантій безпеки, був «абсолютно неприйнятним».

Опитування проводилося з кінця листопада до середини грудня 2025 року, в ньому взяли участь 547 респондентів з усієї території, контрольованої Україною⁸.

Як бачимо за результатами цього опитування, попри усі можливі загрози та негативні сценарії, українське суспільство готове до запеклої та тривалої боротьби за свою країну.

Завдяки репортажам з місць бойових дій, зруйнованих міст і деокупованих територій, в матеріалах “Reuters” Україна часто постає як країна, що зазнає значних втрат, але не втрачає єдності та бойового духу, відваги у подальшій боротьбі.

Також “Reuters” формує образ України як частини європейського та демократичного світу. У матеріалах агентства часто порушуються теми євроінтеграції, військової та фінансової допомоги з боку США та ЄС, санкційної політики проти Росії. Україну зображають як країну, яка стримує Росію від майбутнього наступу на Європу. Тобто від нашої країни залежить безпека і стабільність в Європі. А це особливо важливо, оскільки світова спільнота має розуміти, що В. Путін не зупиниться лише в Україні, його колоніальна політика спрямована на загарбання значної частини світу.

⁷ Reuters (2025), “EU’s von der Leyen, NATO’s Rutte join Ukraine talks in Berlin”, available at: <https://www.reuters.com/world/europe/eus-von-der-leyen-natos-rutte-join-ukraine-talks-berlin-2025-12-15/> (accessed date 15.12.2025).

⁸ Peleshchuk, D. (2025), “Vast majority of Ukrainians reject major peace concessions, poll finds”, available at: <https://www.reuters.com/world/europe/vast-majority-ukrainians-reject-major-peace-concessions-poll-finds-2025-12-15/> (accessed 15 December 2025).

Наприклад, така риторика простежується в одному з матеріалів “Reuters” під назвою “UK military chief urges Britain to better prepare for Russia threat”, опублікованому як реакцію на можливі переговори між Росією та Україною, які ініціює США. У статті подана цитата головного маршала авіації Річарда Найтона, начальника штабу оборони, для аналітичного центру RUSI: «Російське керівництво чітко дало зрозуміти, що воно хоче кинути виклик, обмежити, розділити та зрештою знищити НАТО. Нашим союзникам зрозуміло, що ризик для НАТО та Великої Британії з боку Росії зростає...»⁹.

5. Результати і перспективи подальших досліджень обговорення. Проаналізувавши контент про події в Україні на ресурсі інформаційного агентства “Reuters”, можна стверджувати, що це медіа демонструє підтримку України і дотримується журналістських стандартів під час подачі інформації про події в нашій країні, особливо в контексті російсько-української війни. Важливо і надалі підтримувати проукраїнську риторичку в цьому та інших світових медіа. Ця місія покладена на сучасних журналістикознавців, медійників, які ретельно і регулярно досліджуватимуть зміст матеріалів про події в Україні. У разі виявлення неточностей та викривлень, потрібно швидко реагувати, публічно спростовувати фейки, залучаючи МЗС та усі можливі дипломатичні установи.

6. Висновок. Українська тематика на сторінках світових медіа є вкрай важливим аспектом для забезпечення проукраїнської риторички у світі. Від цього залежить бажання іноземних партнерів інвестувати у відбудову України, її економіку, і найважливіше – надавати нашій державі військову допомогу, аби вона могла наносити відсіч окупантам.

Інформаційне агентство “Reuters”, попри дуалізм думок у матеріалах і періодичні звинувачення в розмитості проукраїнської позиції у своєму контенті, все ж таки демонструє підтримку України. Важливо, щоб і надалі кількість матеріалів про Україну на ресурсі цього інформаційного агентства лише зростала і містила проукраїнську риторичку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Білоніжка, І. С., Народовська, О. М. (2020), «Лексичні засоби створення іміджу України (на основі аналізу відеоблогів на платформі “YouTube”)», *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, № 46, Том 1, с. 35 – 38.
2. Заболотська, О. (2025), «Образ українця в російськомовних медіаконтентах», *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*, Вип. 3 (214), с. 267 – 274.
3. Ілюк, Т., Гетманенко, К. (2024), «Формування іміджу України в медіапросторі Іспанії (1991 – 2013 рр.)», *Український історичний журнал*, № 5 (578), с. 156 – 173.
4. Мельник, Р. (2024), «Сайт Reuters у профілі користувача досі називає російську агресію “українською кризою”», *Детектор медіа*, 29 липня. URL: <https://detector.media/infospace/article/230199/2024-07-29-sayt-reuters-u-profil-korystuvacha-dosi-nazyvaie-rosiysku-agresiyu-ukrainskoyu-kryzoyu/>.

⁹ Reuters (2025), “UK military chief urges Britain to better prepare for Russia threat”, available at: <https://www.reuters.com/world/uk/uk-military-chief-urges-britain-better-prepare-russia-threat-2025-12-15/> (accessed date 15.12.2025).

5. Савон, К. В. (2019), «Міжнародний імідж України: сучасний стан та перспективи розвитку», *Актуальні проблеми політики*, Вип. 64, с. 180 – 193.
6. Цурканова, І. (2023), «Імідж України в умовах війни та міжнародна політична підтримка», *Грані. Політологія*, Том 26, № 3, с. 87 – 93.
7. Чекалюк, В. (2015), «Принципи і закони творення державного іміджу у ЗМІ», *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи*, № 7 – 8 (6), с. 26 – 29.
8. Deutsch, A. (2025), “Ukraine identifies Russian commander as suspect in Bucha killings”, available at: <https://www.reuters.com/world/ukraine-identifies-russian-commander-suspect-bucha-killings-2025-11-20/> (accessed 25 November 2025).
9. Kunczik, M. (1997), *Images of nations and international public relations*, New Jersey, 346 p.
10. Peleshchuk, D. (2025), “Vast majority of Ukrainians reject major peace concessions, poll finds”, available at: <https://www.reuters.com/world/europe/vast-majority-ukrainians-reject-major-peace-concessions-poll-finds-2025-12-15/> (accessed 15 December 2025).
11. Reuters (2025), “UK military chief urges Britain to better prepare for Russia threat”, available at: <https://www.reuters.com/world/uk/uk-military-chief-urges-britain-better-prepare-russia-threat-2025-12-15/> (accessed date 15.12.2025).
12. Reuters (2025), “EU’s von der Leyen, NATO’s Rutte join Ukraine talks in Berlin”, available at: <https://www.reuters.com/world/europe/eus-von-der-leyen-natos-rutte-join-ukraine-talks-berlin-2025-12-15/> (accessed date 15.12.2025).

REFERENCES

1. Bilonizhka, I. S., Narodovska, O. M. (2020), “Lexical means of creating the image of Ukraine (based on the analysis of the videoblogs on the “YouTube” platform)”, *Scientific Bulletin of the International Humanitarian University. Ser.: Philology*, № 46, Vol. 1, p. 35 – 38.
2. Zabolotska, O. (2025), “The Image of a Ukrainian in Russian-Language Media Content”, *Scientific Notes. Series: Philological Sciences*, Issue 3 (214), p. 267 – 274.
3. Iliuk, T., Hetmanenko, K. (2024). “Formation of the Ukraine’s image in the media space of Spain (1991–2013)”, *Ukrainian Historical Journal*, № 5 (578), p. 156 – 173.
4. Melnyk, R. (2024). “Reuters website still calls Russian aggression “Ukrainian crisis” in user profile”, *Detector Media*, 29 July. URL: <https://detector.media/infospace/article/230199/2024-07-29-sayt-reuters-u-profilu-korystuvacha-dosi-nazyvaie-rosiysku-agresiyu-ukrainskoyu-kryzoyu/>.
5. Savon, K. (2019), “The international image of Ukraine: current condition and prospects for development”, *Current Political Problems*, Issue 64, p. 180 – 193.
6. Tsurkanova, I. (2023), “The image of Ukraine in the Conditions of War and International Political Support”, *Grani. Politology*, Vol. 26, № 3, p. 87 – 93.
7. Chekalyk, V. (2015), “The Principles and the Rules of Creation of a State’s Image”, *Mass communication: history, present, prospects*, № 7 – 8 (6), p. 26 – 29.
8. Deutsch, A. (2025), “Ukraine identifies Russian commander as suspect in Bucha killings”, available at: <https://www.reuters.com/world/ukraine-identifies-russian-commander-suspect-bucha-killings-2025-11-20/> (accessed 25 November 2025).
9. Kunczik, M. (1997), *Images of nations and international public relations*, New Jersey, 346 p.

10. Peleshchuk, D. (2025), "Vast majority of Ukrainians reject major peace concessions, poll finds", available at: <https://www.reuters.com/world/europe/vast-majority-ukrainians-reject-major-peace-concessions-poll-finds-2025-12-15/> (accessed 15 December 2025).
11. Reuters (2025), "UK military chief urges Britain to better prepare for Russia threat", available at: <https://www.reuters.com/world/uk/uk-military-chief-urges-britain-better-prepare-russia-threat-2025-12-15/> (accessed date 15.12.2025).
12. Reuters (2025), "EU's von der Leyen, NATO's Rutte join Ukraine talks in Berlin", available at: <https://www.reuters.com/world/europe/eus-von-der-leyen-natos-rutte-join-ukraine-talks-berlin-2025-12-15/> (accessed date 15.12.2025).

THE IMAGE OF UKRAINE IN THE MATERIALS OF THE NEWS AGENCY "REUTERS"

Natalia Semen

*Lviv Polytechnic National University
Knyazya Romana Str., 3, Lviv, 79000, Ukraine
e-mail: natalia.f.semen@lpnu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-4814-0198>*

The Russian-Ukrainian war has long been a top topic in the world media. Great Britain is an active partner of Ukraine and constantly allocates considerable assistance to ensure that our country effectively repels the Russian occupiers. The mass media of Great Britain, in particular the news agency "Reuters", also regularly covers the topic of Russian aggression in Ukraine and informs the international community about these events.

This study focuses on the analysis of materials about the Russian-Ukrainian war in materials "Reuters" and the isolation of content components that shape the image of Ukraine for the world community. Main objective of the study is to examine how Ukraine is portrayed in materials from the British news agency "Reuters". The methodology were used in this work: content analysis, description method, comparison, generalization.

Results. In order to support pro-Ukrainian rhetoric in the world media, modern journalism experts and media professionals need to carefully and regularly research the content of materials about events in Ukraine. In case of inaccuracies and distortions of information, promptly respond to this and publicly refute it, involving the Ministry of Foreign Affairs and all possible diplomatic institutions.

Conclusions. The news agency "Reuters", despite the dualism of opinions in the materials and numerous accusations of the vagueness of the pro-Ukrainian position in its content, still demonstrates support for Ukraine to a greater extent. And as is known, the media is the voice of the people and the country in which it operates.

Keywords: media; content; war; Ukraine; news agency; image.

Отримано редакцію видання / Received: 15.12.2025

Прорецензовано / Revised: 16.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 22.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 04.02.2026