

<https://doi.org/10.15407/sofs2022.04.084>  
УДК 94(477)“2014/2019”:[930.2(71+73):070=111]

**С.Є. ПРОКОПЕНКО**, аспірант  
Запорізький національний університет  
вул. Жуковського, 66, Запоріжжя, 69600, Україна  
e-mail: prokopenko.sam98@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-4963-7497>

**Ю.О. ІРІОГЛУ**, кандидат історичних наук, доцент  
Запорізький національний університет  
вул. Жуковського, 66, Запоріжжя, 69600, Україна  
e-mail: uirioglu@ukr.net  
<https://orcid.org/0000-0003-3324-7598>

## УКРАЇНСЬКА ПРОБЛЕМАТИКА В АНГЛОМОВНІЙ ПЕРІОДИЦІ КАНАДИ ТА США (2014—2019)

---

*У статті розглянуто динаміку висвітлення української тематики в англomовному інформаційному просторі Канади та США у 2014—2019 роках. Коротко охарактеризовано сучасний стан розроблення питань стосовно ролі засобів масової інформації (ЗМІ) у державних процесах та значення ЗМІ як джерел історичних досліджень. Зроблено огляд фахових аналітичних досліджень, присвячених висвітленню російсько-українського конфлікту. Для усебічної характеристики контенту досліджуваних ЗМІ визначено пікові показники тематичних повідомлень та їх генерації, виявлено ключові наративи. Уперше проаналізовано зміст статей п'яти найбільших англomовних періодичних видань Канади та США («Globe and Mail», «Toronto Star», «National Post», «New York Times», «The Wall Street Journal») у період 2014—2019 рр.; досліджено динаміку згадування української проблематики та специфіку її подання. Для вивчення застосовано тра-*

---

Цитування: Прокопенко С.Є., Іріоглу Ю.О. Українська проблематика в англomовній періодиці Канади та США (2014—2019). *Наука та наукознавство*. 2022. № 4 (118). С. 84—105. <https://doi.org/10.15407/sofs2022.04.084>

© Видавець ВД «Академперіодика» НАН України, 2022. Стаття опублікована на умовах відкритого доступу за ліцензією CC BY-NC-ND (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

диційні науко- і джерелознавчі методи аналізу нарративних і масових джерел, вибіркового текстологічного і клазуального аналізу тексту джерел із використанням можливостей математичних і статистичних методів. Результати контекстного й частотного аналізу показали, що інтерес до української проблематики у ЗМІ Канади та США послідовно згасає від подій 2014 року, що обумовило зменшення згадувань про Україну у матеріалах періодичних видань цих країн. Що стосується канадського медіапростору, то 2018 та 2019 роки дали чимало інформприводів для публікацій про Україну. Але якщо у 2014 році українські події були в центрі уваги, йшлося про міжнародне значення конфлікту на сході країни, то до кінця досліджуваного періоду Україна дедалі більше перетворюється на інструмент політичних процесів у Канаді та США, а контекст російської агресії відходить на задній план. Подібна тенденція спостерігається і в інформаційному просторі США: питання російської агресії відходить на другий план, Україна перетворюється зі сторони конфлікту на предмет міжнародних домовленостей, насамперед на інструмент реалізації зовнішньої політики США. Наголошено, що саме комбінація трьох факторів — російської пропаганди, слабкої інформаційної присутності України у міжнародному інформаційному просторі та тенденції до представлення України як несамотійного в політичному плані суб'єкта у більшості західних медіа — створила реальну небезпеку вкорінення у думці міжнародного суспільства ідеї «Ukraine is a failed state» у роки, що безпосередньо передували повномасштабній російській агресії.

**Ключові слова:** засоби масової інформації, інформаційний простір, українська проблематика, англомовне періодичне видання, згадування про Україну, інформприводи, імідж України, російська агресія.

**Вступ.** Нині все більше зростає розуміння непересічної ролі засобів масової інформації (ЗМІ) у процесі становлення сучасного світового суспільства, з'являється велика кількість робіт, що досліджують різні аспекти впливу ЗМІ на суспільство, історичний процес, сучасність. В історичній науці, поряд із переосмисленням історії минулого, розвиваються ідеї історії сучасності.

За твердженням П. Нора, «сучасна історія — це історія без істориків», функції історика сьогодення перебувають на перетині журналістики та соціальної антропології. Сучасна історія подається такою, якою її нав'язують ЗМІ, історія стає продуктом масмедіа, «якщо серце сучасної історії десь і б'ється, то не в тиші архівів, а в гаморі редакційного офісу, або в штовханні пресконференції» [1]. Особливо рельєфною ця теза є в умовах сучасних гібридних конфліктів, зокрема російської агресії проти України, що якнайяскравіше засвідчила можливості медіа не лише як засобу відображення подієвості, а й як потужного інструменту формування псевдореальності.

Канада та США є важливими стратегічними партнерами для України, підтримка яких є вирішальною у контексті російської агресії. З огляду на це важливо досліджувати питання, пов'язані з висвітленням

української проблематики у періодичних виданнях обох країн, що допоможе простежити формування та еволюцію суспільної думки у США та Канаді стосовно України. Це дасть змогу визначити основні вектори та головні засади для створення більш позитивного образу України в інформаційному просторі США та Канади й протидії російській інформаційній агресії.

Від 24 лютого 2022 р. політична ситуація істотно змінилась, закономірно спричинивши й загострення інформаційної війни. Суспільства США і Канади активно відреагували на відкриту збройну агресію Російської Федерації (РФ), спонукаючи власні уряди до рішучих дій, що обумовлює актуальність вивчення відповідних змін у риторичі та стилістиці висвітлення подій в американських, канадських та інших західних ЗМІ. Пропоноване дослідження може слугувати своєрідною точкою відліку для цих змін, оскільки воно фіксує стан і тенденції до воєнного часу.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Питання аналізу 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. В Україні вплив ЗМІ на політичний простір української держави, конкретні суспільно-політичні процеси вивчали вітчизняні дослідники Ю. Гайдук, В. Зінчук [2], Л. Лойко [3], О. Проскуріна [4].

Суспільне мовлення як процес і явище, його місце у системі інформаційної комунікації стало предметом різнопланових досліджень багатьох вітчизняних науковців, зокрема Ю. Біденко [5], В. Цимбалюка [6], О. Шевчука [7], які розглядають окремі питання еволюції ЗМІ та їх трансформації на тлі розгортання інформаційного простору в світі та в Україні.

На жаль, недостатньо дослідженою залишається проблема функціонування суспільного мовлення як необхідної умови розгортання інформаційно-комунікаційних зв'язків на етапі трансформації українського суспільства та його інтеграції у світовий інформаційний простір.

У фокусі робіт А. Яціва, Л. Хахули [8], О. Балашової [9], Н. Качинської [10] знаходиться вплив ЗМІ на формування іміджу України у міжнародному інформаційному просторі. Дослідження експертних оцінок, моніторинг ЗМІ та аналіз рейтингового іміджу України призводять цих авторів до висновків про неутішний рівень її міжнародної репутації. Сучасний імідж України перешкоджає реалізації національних інтересів, формуванню партнерських стосунків з іншими країнами, залученню іноземних інвестицій та веденню національного бізнесу за кордоном, а також створює загрозу національній безпеці в певних сферах. Поглиблює проблемність ситуації відсутність адекватної державної інформа-

ційної політики та іміджевої стратегії, зволікання з проведенням життєво важливих внутрішньополітичних і соціально-економічних реформ.

Згадані вище питання активно розробляються західними фахівцями. Специфікою залучення інтернет-джерел займаються О. Блумфільд, Ш. Джейкобс [11], С. Айер [12] та інші. Ці автори приділяють багато уваги соціальним мережам та електронним виданням, оскільки ті містять цінну інформацію для історичного дослідження, потребують вироблення якісно нових підходів до принципів класифікації та оброблення джерел з огляду на постійно збільшувані обсяги інформації та специфіки форматів її існування.

Важливість моніторингу ЗМІ чітко усвідомлюється багатьма українськими науковцями та спеціалістами, адже в умовах продовжуваної російської агресії життєво важливим є забезпечення належного інформаційного супроводу конфлікту в такий спосіб, щоб забезпечити відстоювання інтересів України.

Фахівцями аналітичної платформи «VoxUkraine» виконано два дослідження заголовків найбільших міжнародних англомовних медіа з метою визначення кількості та контексту згадувань про Україну. Перше дослідження [13] охоплює період із жовтня 2014 до серпня 2016 р. і присвячено аналізу заголовків чотирнадцяти найавторитетніших і найцитованіших західних медіа. Виявлено два основні контексти згадувань про Україну — конфлікт на сході країни та економічні проблеми. З аналізу цих контекстів дослідники дійшли висновку, що основні інформприводи мають не внутрішнє, а зовнішнє стосовно України походження, що негативно впливає на її імідж за кордоном, оскільки країна сприймається не як суб'єкт, а як об'єкт міжнародних відносин. Друге дослідження [14] також передбачало аналіз найбільших російських англомовних видань. Ситуація виявилась невтішною: за той самий період лише три російських медіаагенти — «Russia Today», «TASS» та «Sputnik» — написали практично стільки ж статей про Україну, скільки 14 найбільших міжнародних англомовних видань — 3523 проти 3771.

За результатами обох досліджень визначено, що західна читацька аудиторія втрачає інтерес до України, тож ЗМІ менше пишуть про неї; інформація про Україну подається переважно в російському контексті; Україна дуже рідко стає самостійним автором новинних приводів, цікавих західним ЗМІ; головні теми майже не змінюються впродовж чотирьох років: війна, газ і санкції; стає менше згадувань про борги та «нормандські переговори». Водночас російські англомовні ЗМІ продовжують активно писати про українське питання.

Нещодавно «VoxUkraine» розпочато дослідження з висвітлення анексії Криму в інформаційному просторі Великої Британії, Німеччини та США протягом 2013—2019 рр.

Станом на 22.11.2020 опубліковано дослідження щодо інформаційного простору Великої Британії [15]. Його результати свідчать, що рівень розгляду конфлікту на сході України швидко перейшов з міжнародного (як це було від початку) до локального, а відтак зник акцент на участі у ньому збройних сил РФ, і неодноразово вживається термін «громадянська війна». Що далі від 2014 року, тим менше трапляються згадування про Україну, а особливо про війну на сході та анексію Криму: британська громадськість втрачає інтерес до теми і ЗМІ перестають приділяти їй увагу. Цьому сприяє неоднозначний характер висвітлення ситуації на Донбасі, який створює дискурсивний, а отже когнітивний поділ між «нами» (Заходом) та «ними» (сторонами, що беруть участь у війні). Такий поділ є результатом як прихованих дезінформаційних кампаній з боку РФ, її відмовою від визнання своєї участі у конфлікті на Донбасі, яку можна розуміти як відкрите поширення дезінформації, так і недостатнім та непослідовним висвітленням подій на сході українськими ЗМІ.

Аналітичний центр ГО «Детектор Медіа» 2018 р. підготував спеціальне повідомлення на тему «Висвітлення конфлікту на сході українськими медіа: досліджуючи принципи, засади діяльності та журналістські практики» [16]. В ньому констатовано неналежний рівень організації українських медіа на тлі продовжуваної інформаційної та збройної агресії з боку РФ. Відсутність узгоджених правил подання інформації негативно впливає на імідж та ускладнює висвітлення подій в Україні зарубіжними медіа, знижує їхню довіру і готовність до співпраці з українськими інформаційними агентами.

Отже, необхідність проведення досліджень, пов'язаних зі ЗМІ, добре усвідомлена в науково-експертному середовищі України. Історична наука також має більш жваво реагувати на становлення нового потужного інструменту формування дійсності, яким є медіа.

**Новизна постановки проблеми та отриманих результатів.** У дослідженні вперше здійснено спробу оцінити ступінь репрезентації громадської думки у США та Канаді стосовно подій в Україні крізь призму періодики. Вперше виконано аналітичне дослідження баз даних п'яти найбільших англomовних медіа обох країн із залученням пошукових систем на їхніх сайтах. Набула подальшого розвитку важлива тема вивчення впливу ЗМІ на суспільно-політичні процеси.

**Мета статті** — надати результати дослідження динаміки висвітлення української проблематики в інформаційному просторі Канади та США в 2014—2019 роках крізь призму англomовної періодики.

**Джерела дослідження.** З розвитком інформаційних технологій та становленням інформаційного суспільства аудиторне охоплення ЗМІ, а отже і періодики, перманентно зростає, інформаційні потоки інтенсифікуються, що призводить до інформаційного перенавантаження. Через

перенасичення інформаційного поля основним джерелом сприйняття інформації про світ для сучасної людини часто стає певне, обмежене, відносно стає коло медіаагрегаторів, відомих як авторитетні, що істотно впливають на світогляд своєї аудиторії. Часто відомості, отримувані реципієнтом з авторитетного медіаагрегатора, сприймаються некритично, «на віру», інформація не перевіряється, особливо коли йдеться про події, віддалені у просторі та/або часі; ще більшою мірою це стосується подій контраверсійного характеру. Отже, періодика як частина ЗМІ є одним із інструментів формування суб'єктивної реальності для цільової аудиторії, що робить її важливим об'єктом для історичного дослідження.

Наскільки великим є обіг періодики у досліджуваних країнах, тобто США та Канаді, і наскільки аудиторія довіряє інформації, яку отримує? Щотижнево у Канаді поширюється майже 34 млн друкованих примірників, середній показник унікальних відвідувачів на місяць становить приблизно 1,5—2 млн для сайтів найбільших інформаційних агентств<sup>1</sup>. Дев'ять із десяти канадців принаймні раз на тиждень читають газету, чи то в онлайн форматі, чи то у друкованому вигляді, а 50—60 % аудиторії повністю або майже повністю довіряють отриманій інформації<sup>2</sup>. Загальний середній обіг щоденних друкованих видань у США коливається у межах 28—31 млн примірників, залежно від дня тижня. Середній показник унікальних відвідувачів для сайтів 50 найбільших інформагентств становить 11 млн на місяць<sup>3</sup>. Показник повної або переважної довіри до отриманої інформації коливається у межах 38—42 % залежно від аудиторії<sup>4</sup>. Слід також враховувати, що рівень недовіри до інформації суттєво знижується, коли інформація продукована групою, до якої зараховує себе людина, чи то політичною, чи то соціальною [17], тобто довіра до близьких за громадською позицією ЗМІ, швидше за все, є ще вищою.

<sup>1</sup> Canadian newspaper readership is at an all-time high. Media in Canada. 2019. URL: <https://mediaincanada.com/2019/05/13/canadian-newspaper-readership-is-at-an-all-time-high/> (дата звернення: 01.07.2022).

<sup>2</sup> Snapshot 2020 Canadas newspapers. News Media Canada. 2020. 16 p. URL: [https://nmc-mic.ca/wp-content/uploads/2020/09/Snapshot-2020\\_REPORT\\_Total-Industry\\_2020.09.23.pdf](https://nmc-mic.ca/wp-content/uploads/2020/09/Snapshot-2020_REPORT_Total-Industry_2020.09.23.pdf) (дата звернення: 01.07.2022).

<sup>3</sup> Mitchell A. Newspapers: Fact Sheet. Pew Research Center. 2015. URL: [https://www.pewresearch.org/journalism/2015/04/29/newspapers-fact-sheet-2015/?utm\\_campaign=the%20latest&utm\\_source=hs\\_email&utm\\_medium=email&\\_hsenc=p2anqtz--4veyyps7xwrvdqgdm81zfqemio9egdxgffq0sjbzkflxq0bnpvvwjig9rwqqjfpw6vur](https://www.pewresearch.org/journalism/2015/04/29/newspapers-fact-sheet-2015/?utm_campaign=the%20latest&utm_source=hs_email&utm_medium=email&_hsenc=p2anqtz--4veyyps7xwrvdqgdm81zfqemio9egdxgffq0sjbzkflxq0bnpvvwjig9rwqqjfpw6vur) (дата звернення: 01.07.2022).

<sup>4</sup> Kuntze E. Trust levels in news aren't great, but here's what you can do about it. What's new in publishing. 2020. URL: <https://whatsnewinpublishing.com/trust-levels-in-news-arent-great-but-heres-what-you-can-do-about-it/> (дата звернення: 01.07.2022).

Як бачимо, періодичні видання мають значний вплив на суспільство Канади та США, є потужним інструментом 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.

Для аналізу обрано англomовні періодичні видання (далі — видання), оскільки англійська мова є основною в США та Канаді. У процесі дослідження використано лише матеріали електронних версій видань, оскільки оброблення друкованих версій не є можливим технічно через віддаленість і закритість системи архівного зберігання фізичних примірників, а також через високий рівень матеріальних витрат з огляду на кількість необхідних примірників.

Для кожної країни обрано три видання за двома основними показниками — кількістю щоденного обігу примірників у межах країни, як друкованих, так і електронних (як електронні примірники підраховано сплачені онлайнів підписки), та кількістю щомісячних унікальних відвідувачів на електронних платформах видань. Додатковими критеріями відбору слугували політична позиція видання та охоплення території.

Серед канадських видань обрано «*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, так і за кількістю унікальних відвідувачів електронної платформи на місяць — 2 151 578<sup>5</sup>. Видання послідовно провадить правoцентристську редакційну політику, вважається найавторитетнішим 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 наклад 186 343 примірників на день та 1 112 307 унікальних відвідувачів сайту щомісячно<sup>6</sup>. У політичному плані зберігає консервативну редакційну позицію, хоча власник концерну, який керує виданням, відомий як прихильник Ліберальної партії Канади.

«*Toronto Star*» — спочатку локальне видання, яке наразі розповсюджується практично на всій території Канади. Має обіг 308 881 примірників на

---

<sup>5</sup> Top 10 Canadian Newspapers. Agility PR Solutions. 2021. URL: <https://www.agilitypr.com/resources/top-media-outlets/top-10-canadian-print-outlets/> (дата звернення: 01.07.2022); Top 10 Canadian Newspapers. Muck Rack. 2018. URL: <https://muck-rack.com/blog/2018/07/18/the-top-10-canadian-newspapers> (дата звернення: 01.07.2022).

<sup>6</sup> Там само.

день та 1 762 051 унікальних відвідувачів сайту щомісячно<sup>7</sup>, що значно перевищує «*National Post*», який офіційно є загальнонаціональним ЗМІ. Обіймає лівоцентристські позиції зі значним ухилом до ліберальних, часто виступає рупором найбільш прогресивних реформ і рухів боротьби за права.

Оскільки другою державною мовою в Канаді є французька, слід згадати, що найбільшими франкомовними виданнями є «*Le Journal de Quebec*» та «*Le Journal de Montreal*» із накладом 150 248 та 231 069 примірників на день та кількістю оригінальних відвідувачів 16 854 та 60 100 на місяць відповідно<sup>8</sup>. Можемо побачити, що за кількістю примірників вони мало поступаються англomовним виданням, проте значно відстають за обсягом відвідування електронних ресурсів, що пов'язано зі специфікою та локальністю їх розповсюдження.

Для повної репрезентації канадського інформаційного простору безумовно потрібно включення франкомовних видань, але оскільки для дослідження використано матеріали електронних публікацій, то вилучення франкомовного сегмента не створює фатального викривлення об'єктивної картини.

Серед видань США відібрано «*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, а кількість унікальних відвідувачів сайту — 68 586 013 на місяць<sup>9</sup>. Характеризується переважно як центристське. Має міжнародну версію, справляє значний вплив на стиль подання інформації виданнями у всьому світі, оскільки є одним із флагманів серед періодичних видань.

«*The New York Times*» має міжнародне поширення, обіг примірників на день сягає 483 701, унікальних відвідувачів — 82 639 256 на місяць<sup>10</sup>. Має ліберальну спрямованість, довгий час вважалося найбільш авторитетним і достовірним у країні, але через низку журналістських скандалів втратило це звання, поступившись «*The Wall Street Journal*».

«*The Wall Street Journal*» має міжнародне поширення, обіг 1 011 200 примірників на день, кількість унікальних відвідувачів сягає 38 516 813 на місяць<sup>11</sup>. За політичними поглядами є типово консерваторським, наразі вважається найбільш достовірним та авторитетним інформаційним агентством у США.

<sup>7</sup> Там само.

<sup>8</sup> Там само.

<sup>9</sup> Top 10 U.S. Daily Newspapers. Cision. 2019. URL: <https://www.cision.com/2019/01/top-ten-us-daily-newspapers/> (дата звернення: 01.07.2022); The top 25 U.S. daily newspapers of fall 2019. Muck Rack. 2019. URL: <https://muckrack.com/blog/2019/10/24/the-top-25-us-daily-newspapers-of-fall-2019> (дата звернення: 01.07.2022).

<sup>10</sup> Там само.

<sup>11</sup> Там само.



**Методика дослідження.** З огляду на суттєві об'єми інформації для оброблення, а також платний доступ до принаймні частини публікацій вибірки видань, вихідними даними для аналізу обрано абсолютну кількість згадувань слова «Ukraine» у матеріалах видань упродовж періоду дослідження.

Застосовано традиційні науко- і джерелознавчі методи аналізу наративних і масових джерел, вибіркового текстологічного і клаузуального аналізу тексту джерел із використанням можливостей математичних і статистичних методів.

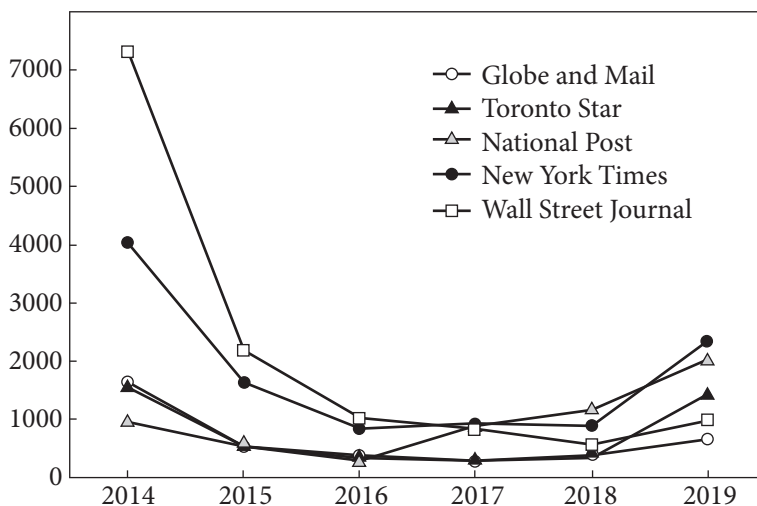
Базою даних для дослідження слугували сайти видань, а інструментом для виконання підрахунків — пошукові системи цих ресурсів. Алгоритм пошукової системи за запитом «Ukraine» надає перелік усіх статей, що мають пряме чи опосередковане згадування про Україну, що дає можливість підрахувати абсолютну кількість згадувань слова «Ukraine» за роками. У такий спосіб можна відстежити ступінь уваги, що приділяється українській проблематиці на шпальтах досліджуваних видань. Додатково, шляхом опрацювання частини заголовків і тегів статей вручну, визначено основні тенденції подання матеріалів, контекст згадувань про Україну.

Часовий період дослідження обрано виходячи із початку військової агресії РФ проти України та інтенсифікації повідомлень щодо «українських подій» у західній пресі. Верхня межа визначена зміною президентської влади в Україні та новим сплеском публікаційної активності з огляду на кроки нового президента В. Зеленського та його «100 днів».

**Результати дослідження.** Дослідження канадської англомовної періодики дає змогу отримати актуальну інформацію стосовно можливостей розбудови співробітництва з Канадою, особливо на рівні суспільства. Традиційною є думка про стабільність підтримки України і постійний інтерес до неї з боку канадської громадськості, але, на жаль, реальність є дещо іншою.

Найбільшу абсолютну кількість згадувань про Україну серед досліджених видань упродовж 2014—2019 рр. виявлено у матеріалах «National Post» (5860), на другому місці — «Toronto Star» (4500), на третьому — «Globe and Mail» (3690) (рис. 1). Загалом у матеріалах цих видань Україну згадано 14 050 разів за шість років. Як розподілені ці згадування за роками і як змінюються новинні акценти?

У 2014 р. «National Post» згадала про Україну 960 разів, «Toronto Star» — 1580, «Globe and Mail» — 1610 (рис. 1). Практично вся увага приділена перебігу бойових дій на сході України, активно обговорювались питання протидії російській агресії та надання підтримки Україні. Росія засуджувалась як агресор, питання безпеки України висвітлювались як проблема міжнародного рівня.



**Рис. 1.** Динаміка згадувань слова «Ukraine» у матеріалах електронних видань за періодами, раз на рік

Джерело: складено авторами за даними: Globe and Mail. URL: <https://www.theglobeandmail.com> (дата звернення: 01.07.2022); Toronto Star. URL: <https://www.thestar.com> (дата звернення: 01.07.2022); National Post. URL: <https://www.nationalpost.com> (дата звернення: 01.07.2022); New York Times. URL: <https://www.nytimes.com>; Wall Street Journal. URL: <https://www.wsj.com> (дата звернення: 01.07.2022).

2015 року відчувається значний спад згадувань про Україну: «National Post» — 540, «Toronto Star» — 520, «Globe and Mail» — 510 (рис. 1). Загальна кількість повідомлень на українську тематику зменшується майже у 2,7 раза порівняно з попереднім роком (табл. 1). Більше уваги приділяється міжнародним відносинам, наданню фінансової підтримки Україні та впливу «українського питання» на перебіг виборчого процесу в Канаді.

Упродовж 2016 р. «National Post» згадує Україну 330 разів, «Toronto Star» — 340, «Globe and Mail» — 360 (рис. 1). Загальна кількість згадувань української проблематики зменшується приблизно на 70 % проти 2015 р. (табл. 1). У фокусі уваги цих видань — питання Арктики, політика кабінету Джастіна Трюдо щодо України та заяви стосовно неї президента США Дональда Трампа.

У 2017 р. ситуація дещо змінюється: «National Post» пише про Україну 860 разів, «Toronto Star» — 300, «Globe and Mail» — 270 (рис. 1), тобто у двох останніх виданнях кількість згадувань порівняно з минулим роком зменшується приблизно на 20 %, а у «National Post» — зростає майже у 2,6 раза (табл. 1). Багато уваги приділяється політиці США, Україна згадується переважно у цьому контексті, особливо у «National Post».

Таблиця 1. Динаміка згадувань слова «Ukraine» у матеріалах електронних видань проти попереднього періоду

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

Примітка: n/a — незастосовний або недоступний; x — коефіцієнт зростання / падіння кількості згадувань проти попереднього періоду.

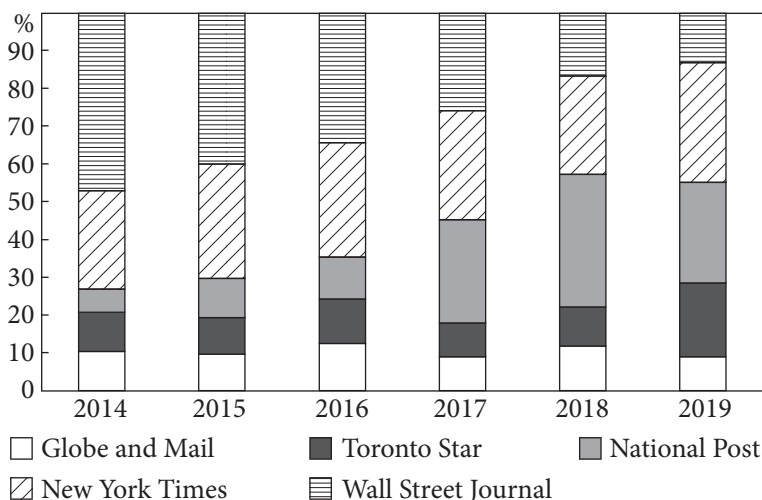
Джерело: складено авторами за даними: Globe and Mail. URL: <https://www.theglobeandmail.com> (дата звернення: 01.07.2022); Toronto Star. URL: <https://www.thestar.com> (дата звернення: 01.07.2022); National Post. URL: <https://www.nationalpost.com> (дата звернення: 01.07.2022); New York Times. URL: <https://www.nytimes.com>; Wall Street Journal. URL: <https://www.wsj.com> (дата звернення: 01.07.2022).

2018 рік приносить зростання кількості згадувань про Україну на третину в усіх виданнях (табл. 1): «National Post» — 1170, «Toronto Star» — 360, «Globe and Mail» — 390 (рис. 1). Найбільше уваги за цей рік у канадських медіа отримав інцидент у Керченській протоці та вірогідність зустрічі Путіна і Трампа на саміті G20, теоретичні напрями обговорення українського питання.

2019 року кількість згадувань про Україну продовжує зростати: «National Post» — 2000, «Toronto Star» — 1420, «Globe and Mail» — 650 (рис. 1). Якщо для «National Post» та «Globe and Mail» зростання становить 70 %, то для «Toronto Star» — майже учетверо (табл. 1). Головні теми — виборчий процес у Канаді <sup>12</sup>, президентські вибори в Україні та скандал з приводу телефонної розмови Зеленського і Трампа, обговорення «байденівського питання» <sup>13</sup>. Порівнявши кількість згадувань про Україну в опрацьованих джерелах за роками, отримуємо таку картину: абсолютна їх кількість має два піки — 2014 р. (4150), 2019 р. (4070), а на інші чотири роки разом припадає лише 5830 (рис. 1). Розподіл кількості повідомлень зі згадуваннями про Україну у кожному виданні є таким: «National Post» — лише 16,38 % у 2014 р., 19,96 % —

<sup>12</sup> Українське питання постійно піднімається, згадується чи обговорюється впродовж виборчого процесу.

<sup>13</sup> «Байденівське питання» — низка скандалів і розслідувань, пов'язаних з діяльністю Байдена-молодшого в Україні та зусиллями Байдена-старшого повпливати на їх перебіг.



**Рис. 2.** Співвідношення між кількістю згадувань слова «Ukraine» у матеріалах електронних видань за роками, %

Джерело: складено авторами за даними: *Globe and Mail*. URL: <https://www.theglobeandmail.com> (дата звернення: 01.07.2022); *Toronto Star*. URL: <https://www.thestar.com> (дата звернення: 01.07.2022); *National Post*. URL: <https://www.nationalpost.com> (дата звернення: 01.07.2022); *New York Times*. URL: <https://www.nytimes.com>; *Wall Street Journal*. URL: <https://www.wsj.com> (дата звернення: 01.07.2022).

у 2018, 34,12 % — у 2019; «*Toronto Star*» має рівномірніший розподіл: 35,04 % у 2014, 31,48% — у 2019; «*Globe and Mail*»: 43,25 % у 2014 та лише 17,23% — у 2019 р. (рис. 2).

Наведемо результати аналізу висвітлення української проблематики за базою даних *NOW Corpus*, що містить англомовний контент найбільших інтернет-видань Канади, зокрема тих, які обрано для дослідження. Загальна кількість згадувань слова «Україна» становить 21 289, при цьому 28,58 % припадають на 2014 р., 23,63 % — на 2019 р. Що стосується зміни інтенсивності згадувань, то ситуація тут більш стабільна: після «ями» 2015 року, тобто зниження у 2,75 раза, впродовж 2016—2018 років їхня кількість коливається у межах 20 % і зростає майже вдвічі в 2019 р. (табл. 2). Картину певним чином доповнює ютуб-сегмент опрацьованих видань. Попри те, що офіційні канали «*Globe and Mail*»<sup>14</sup>, «*Toronto Star*»<sup>15</sup> і «*National Post*»<sup>16</sup> на платформі *YouTube* є слаб-

<sup>14</sup> *Globe and Mail*. Youtube. URL: <https://www.youtube.com/c/globeandmail/search?query=Ukraine> (дата звернення: 01.07.2022).

<sup>15</sup> *Toronto Star*. Youtube. URL: <https://www.youtube.com/torontostar/search?query=Ukraine> (дата звернення: 01.07.2022).

<sup>16</sup> *National Post*. Youtube. URL: <https://www.youtube.com/c/nationalpostvideos/search?query=Ukraine> (дата звернення: 01.07.2022).

Таблиця 2. Згадування слова «Ukraine» у матеріалах електронних видань США та Канади за періодами: абсолютна кількість, відношення, динаміка

Країна	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Разом
<i>Абсолютна кількість згадувань</i>							
Канада	6058	2200	2696	2621	2609	5010	21 289
США	6969	3349	3628	3182	3197	36 719	57 042
<i>Відношення, %</i>							
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
<i>Динаміка</i>							
Канада	n/a	↓ x2,75	↑ x1,22	↓ x1,02	≈1	↑ x1,92	
США	n/a	↓ x2,08	↑ x1,08	↓ x1,14	≈1	↑ x11,44	

Примітка: n/a — незастосовний або недоступний; x — коефіцієнт зростання / падіння кількості згадувань проти попереднього періоду.

Джерело: складено авторами за даними: NOW Corpus. URL: <https://www.english-corpora.org/now/> (дата звернення: 01.07.2022).

ко розвинутими, вони все ж таки містять повідомлення про Україну та надають доступ до розділу коментарів, на відміну від сайтів видань. Загалом відеоповідомлення, що стосуються України, набирають значно менше переглядів і поширень порівняно з тими, що стосуються сфери життя канадського та північноамериканського суспільства; розділи коментарів до цих повідомлень приділяють мало уваги власне Україні, обговорення здебільшого відбувається 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, звісно, російським користувачам, суцільне домінування цих коментарів над «проукраїнськими» і низька активність українських користувачів. Це певним чином компрометує самі повідомлення, адже багато запитань отримує саме російський варіант відповідей, складається враження індиферентності української сторони.

Динаміка висвітлення української проблематики у канадському інформаційному середовищі обумовлена декількома подієвими чинниками, як-то деескалація конфлікту на сході України, припинення фази активних бойових дій та відповідне зменшення кількості інформприводів, утомленість канадської аудиторії від великої кількості новин про конфлікт і події в Україні. Але водночас 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 інформагентства здатні задовольнити цей запит, що викликає занепокоєння<sup>17</sup>. Також важливим чинником «зникання» України з медіа середовища Канади та зниження її суб'єктності є відсутність дієвої політики української держави в інформаційній сфері.

Підсумовуючи викладене, можна стверджувати: попри те, що Україну з Канадою пов'язує низка договорів і довга історія співпраці, у канадському медіа просторі до 2021 року склалася ситуація, не надто сприятлива для української державності. Незважаючи на стрімке зростання кількості повідомлень щодо вірогідного повномасштабного наступу російських військ, очевидною є 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 в інформаційному просторі Канади.

*Аналіз періодичних видань США*, тобто інформаційного простору цієї країни, 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 США допоможе створити систему заходів, спрямованих на покращення іміджу України та залучення більшої підтримки з боку американського суспільства та уряду.

У рамках виконаного дослідження проаналізовано онлайнві ресурси видань «USA Today», «The New York Times» та «The Wall Street Journal», а також опрацьовано матеріали офіційних ютуб-каналів цих видань. На жаль, виконати аналіз за обраною методикою на платформі «USA Today» не вдалося внаслідок специфіки зберігання інформації — через пошуковик сайту неможливо отримати доступ до всіх опублікованих матеріалів, відбувається підбір найбільш релевантних статей за період лише у декілька місяців. Отже, для видання проведено опрацювання лише ютуб-сегмента та огляд основних трендів висвітлення української проблематики шляхом оброблення найрелевантніших результатів пошуку у Google за запитом «USA Today Ukraine».

---

<sup>17</sup> Pankiev O. Opinion: Canadas elections not immune to potential Russian interference. Edmonton Journal. 2018. URL: <https://edmontonjournal.com/opinion/columnists/opinion-canadas-elections-not-immune-to-potential-russian-interference> (дата звернення: 01.07.2022).

Загалом протягом 2014—2019 рр. «*New York Times*» випустив 10 663 статті, а «*Wall Street Journal*» — 12 876 статей зі згадуваннями про Україну, що сукупно складає 23 539.

2014 року «*New York Times*» згадує Україну 4030 разів, а «*Wall Street Journal*» — 7306 (рис. 1). Увага обох видань зосереджена на подіях на сході України, але «*New York Times*» детально висвітлює перебіг бойових дій та пов'язані з цим суспільно-політичні зміни, а «*Wall Street Journal*» — переважно економічні наслідки війни на Донбасі, санкції та міжнародні домовленості.

Упродовж 2015 р. увага до України стрімко падає: «*New York Times*» зачіпає українську проблематику 1616 разів, а «*Wall Street Journal*» — 2183 (рис. 1). Загалом кількість повідомлень на українську тематику зменшується майже утричі порівняно з попереднім роком (табл. 1). «*New York Times*» чимало пише про роль США у врегулюванні російсько-українського конфлікту, висвітлює внутрішні події та ситуацію у Криму і на Донбасі. «*Wall Street Journal*» найбільше уваги приділяє газовим і фінансовим домовленостям, пов'язаним з Україною.

2016 року «*New York Times*» 867 рази згадує Україну, а «*Wall Street Journal*» — 1020 (рис. 1). Обсяг статей порівняно з 2015 р. знижується вдвічі (табл. 1). «*New York Times*» майже не згадує про конфлікт на сході України, висвітлює провал антикорупційної кампанії в Україні, приділяє увагу розслідуванню справи «Боїнг МН-17». «*Wall Street Journal*» пише про відносини України з МВФ та справу «Газпрому».

2017 року «*New York Times*» приділяє увагу українській проблематиці 914 разів, а «*Wall Street Journal*» пише про Україну 826 разів (рис. 1). Кількість згадувань у матеріалах «*New York Times*» зростає на 5 %, а у «*Wall Street Journal*» зменшується на 20 % (табл. 1). У публікаціях «*New York Times*» багато уваги приділено діяльності Міхеїла Саакашвілі, Україні у контексті відносин США та Росії. Переважна більшість статей «*Wall Street Journal*» присвячена питанням підтримки України проти Росії, зокрема передачі летальних видів озброєння.

2018 року кількість згадувань про Україну у «*New York Times*» практично не змінюється — зниження становить 3 %, а «*Wall Street Journal*» пише про Україну на 46 % менше ніж попереднього року (табл. 1). Кількість згадувань про Україну в «*New York Times*» — 885, у «*Wall Street Journal*» — 565 (рис. 1). «*New York Times*» пише про санкції, кібербезпеку та американську політику щодо України. «*Wall Street Journal*» чимало уваги приділяє релігійному конфлікту, корупції та справі «Приватбанку».

2019 року «*New York Times*» згадав Україну 2324 рази, а «*Wall Street Journal*» — лише 976 (рис. 1). Відносно 2018 р. «*New York Times*» збільшив кількість згадувань про Україну в 2,62 раза, а «*Wall Street Journal*» — на 70 % (табл. 1). Переважна більшість матеріалів обох видань стосується

скандалу з приводу телефонної розмови Зеленського та Трампа, обговорення «байденівського питання» та імпічменту Трампу, також згадуються президентські вибори в Україні.

Порівнюючи кількість статей з української проблематики у виданнях за роками, отримуємо такий результат: «*The New York Times*» мав два чіткі піки — 2014 та 2019 роки, 37,83 та 21,84 % від загальної кількості згадувань відповідно; «*The Wall Street Journal*» найбільше писав про Україну у 2014 році — 56,86 % від загальної кількості згадувань, з 2015 до 2018 р. їхня кількість постійно зменшується, трохи зростає у 2019 р., але становить лише 7,69 % від усіх згадувань (рис. 2).

Аналізуючи базу даних *NOW Corpus*, а саме контент найбільших онлайн-медіа США, зокрема обраних для нашого дослідження, маємо такі результати: загальна кількість згадувань слова «Україна» становить 57 042, з яких 64,37 % припадають на 2019 р., а 12,21 % — на 2014. За інтенсивністю згадувань ситуація доволі рівна: після зниження удвічі в 2015 році, впродовж 2016—2018 років зміна кількості згадувань коливається у межах 1 %, а в 2019 р. зростає у 11,5 разів порівняно з 2018 р. (табл. 2). Таке різке зростання пояснюється активним обговоренням у ЗМІ «байденівського питання» та проголошення імпічменту Трампу, пов'язаного з його розмовою з президентом Зеленським, отже слово «Україна» з'являється у матеріалах усіх видань і неодноразово.

Ютуб канали «*USA Today*», «*The New York Times*» та «*The Wall Street Journal*» мають велику кількість контенту та солідну кількість підписників: 1,86 млн<sup>18</sup>, 3,27<sup>19</sup> та 2,57 млн<sup>20</sup> відповідно. Більшість відео, що стосуються української проблематики, висвітлюють період 2014—2015 років, але набирають невелику кількість переглядів, як правило до 30 000. Більш цікавим видається розділ коментарів. Україна як така зрідка стає предметом обговорення, провідними темами є роль США у конфлікті, активно транслюється проросійська позиція, а висловлювання на підтримку України є радше винятком. Знову спостерігаємо високу активність російської сторони та практично повну відсутність української.

Американська аудиторія втрачає інтерес до української проблематики, питання щодо ролі України у міжнародній співпраці та російської агресії зникають з інформаційного простору, кількість інших інформприводів є, на жаль, украй низькою, особливо позитивних. Це свідчить про необхідність створення послідовної інформаційної політики задля

<sup>18</sup> *USA Today*. YouTube. URL: [https://www.youtube.com/c/USATODAY/search?query=ukraine&ab\\_channel=USATODAY](https://www.youtube.com/c/USATODAY/search?query=ukraine&ab_channel=USATODAY) (дата звернення: 01.07.2022).

<sup>19</sup> *New York Times*. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/c/nytimes/search?query=ukraine> (дата звернення: 01.07.2022).

<sup>20</sup> *Wall Street Journal*. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/c/wsj/search?query=Ukraine> (дата звернення: 01.07.2022).



покращення іміджу України в американському суспільстві, важливість посилення співпраці з українською діаспорою, підвищення присутності України у інфопросторі США.

**Висновки і перспективи досліджень.** Виконаний аналіз має достатньо простий характер, проте дає вельми наочні результати. Перспективним напрямом для дослідження є проведення тематичного аналізу та контент-аналізу публікацій цих видань із використанням інструментів машинного навчання та штучного інтелекту [18]. Для такого дослідження потрібно залучати фахівців із інформаційних технологій і мати солідну матеріальну базу, оскільки для виконання різних типів аналізу необхідне проведення численних заходів із попереднього оброблення масивів тексту — від розпізнавання текстових елементів у процесі конвертації із нетекстових файлів до створення корпусів даних, оброблених у специфічний спосіб [19].

Результати виконаного контекстного й частотного аналізу показали, що інтерес до української проблематики у ЗМІ Канади послідовно згадає від буремних подій 2014 року, що обумовило зменшення згадувань про Україну у матеріалах періодичних видань. 2018 та 2019 роки дали чимало інформприводів, Україна знов «звучить» у канадському медіапросторі, проте вже зовсім по-іншому. Якщо у 2014 р. саме українські події були в центрі уваги, йшлося про міжнародне значення конфлікту на сході країни, то до кінця досліджуваного періоду Україна дедалі більше перетворюється на об'єкт, або ж фактор, політичних процесів у Канаді та США, контекст російської агресії відходить на задній план.

Так само у цей час Україна поступово «зникає з радару» і в інформаційному просторі США: питання російської агресії відходить на другий план, Україна перетворюється зі сторони конфлікту на предмет міжнародних домовленостей, насамперед на інструмент реалізації зовнішньої політики США.

Отже, можемо констатувати, що Україна як самостійний суб'єкт міжнародних відносин на доволі значний період зникла з інформаційного простору західного суспільства, в тому числі у США та Канаді. Матеріали стосовно України, опубліковані у 2014—2019 роках, дедалі менше висвітлюють російсько-український конфлікт, приділяють мало уваги Україні як державі. Більшість інформаційних приводів ініційовано не українською стороною, повідомлення стосовно України мають здебільшого деперсоніфікований характер. Загалом формується негативний імідж України як слабкої, корумпованої, несамостійної держави, що стала «іграшкою» для справжніх суб'єктів міжнародних відносин. Як показує виконаний аналіз, станом на 2019 р. 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 на перевагах. Це дещо меншою мірою 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, їй не вистачає узгоджених правил і принципів подання інформації, гостро відчувається відсутність «голосу країни» — такого медіаагентства, яке представлятиме Україну на міжнародній арені та зможе гнучко й оперативно реагувати на виклики і тенденції міжнародного інформаційного простору. Через відсутність консолідованої позиції українських медіа-ресурсів та єдиної позиції з приводу життєво важливих проблем українського суспільства відбувається «розмивання» позиції України і на міжнародній арені. Іншими суттєвими проблемами є низький рівень організації української журналістики, погана медіаграмотність українського суспільства та потужний вплив російської пропаганди.

Російська пропагандистська машина працює значно ефективніше за українські медіа, російська позиція транслюється значно ширше та є доступнішою для західної аудиторії. Медійна грамотність більшості міжнародної аудиторії також є обмеженою, отже ідеї, навіювані Росією, часто знаходять благодатний ґрунт. Також проросійськи налаштовані користувачі значно більш «голосні» у західному інформаційному просторі, натомість українська аудиторія часто представлена недостатньо або відсутня взагалі.

Комбінація трьох факторів — російської пропаганди, слабкої інформаційної присутності України у міжнародному інформаційному просторі та тенденції до представлення України як суб'єкта, не здатного до проведення самостійної політики, у більшості західних медіа — створила реальну небезпеку вкорінення у думці міжнародного суспільства ідеї «*Ukraine is a failed state*».

Частково активізацію російських військово-політичних акцій щодо України на межі 2021/2022 років можна пов'язати з певним послабленням у висвітленні українського питання в інформаційному просторі США і Канади у попередній період, що призвело до зняття з порядку денного в демократичних суспільствах Заходу запиту до власних урядів стосовно підтримки України.

Повномасштабне вторгнення РФ докорінно змінило ситуацію в західному інформаційному просторі на користь України. Втім, покращення репрезентації країни на міжнародному рівні потребує продовження кропіткої фахової роботи українських медіа та державних інституцій.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Нора П. Теперішнє, Нація, Пам'ять. Київ: Кліо, 2014. 272 с.
2. Гайдук Ю., Зінчук В. Мас-медіа як творці сучасних політичних міфів. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*. 2007. № 19. С. 72—76.
3. Лойко Л. Інформаційне суспільство і трансформації політичної влади. *Держава і право*. 2010. № 50. С. 639—642.
4. Проскуріна О. Політико-правові аспекти розвитку інформаційного суспільства в Україні. *Політичний менеджмент*. 2006. № 3. С. 62—68.
5. Біденко Ю. Громадянське суспільство: проблеми визначення та періодизація в українському контексті. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна: Серія «Питання політології»*. 2011. № 984. С. 127—132.
6. Цимбалюк В. Мас-медіа право в інформаційному суспільстві. *Інформація і право*. 2011. № 1 (1). С. 30—33.
7. Шевчук О. Особистісні аспекти формування культури як наслідок розвитку інформаційних технологій. *Соціогуманітарні проблеми людини*. 2006. № 2. С. 105—115.
8. Хахула Л. Державотворчі та національно-демократичні процеси в Україні 1991—2014 рр.: польський суспільно-політичний дискурс. *Український історичний журнал*. 2015. № 1. С. 92—107.
9. Балашова О., Борисова С. Напрямки формування національної політики України в умовах глобалізації світового фінансового простору. *Економічний вісник Донбасу*. 2017. № 2 (48). С. 143—149.
10. Качинська Н. Міжнародний імідж України в контексті забезпечення захисту національних інтересів. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. 2010. № 20. С. 298—309.
11. Bloomfield A., Jacobs S. The Internet and Social Media as Sources. *African History*. 2018. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190277734.013.225>
12. Aiyer S. Identifying Historical Primary Sources in Social Media for Reliable Historical Reconstruction. *Extended Abstracts of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. 2018. P. 1—6. <https://doi.org/10.1145/3170427.3180283>
13. Остапчук Д. Сила слова: Як у західних ЗМІ змінювалося ставлення до України. Контент-аналіз 10 000 заголовків. *VoxUkraine*. 2016. URL: <https://voxukraine.org/longreads/headlines/article-ua.html> (дата звернення: 01.07.2022).
14. Надельнюк О. Сила слова II: Що розповіли про Україну понад 6 000 заголовків у західних та російських ЗМІ. *VoxUkraine*. 2018. URL: <https://voxukraine.org/sila-slova-ii-shho-rozpovili-pro-ukrayinu-ponad-6-000-zagolovkiv-u-zahidnih-ta-rosijskih-zmi/> (дата звернення: 01.07.2022).
15. Вайлдером Р. Сприйняття анексії Криму та війни на Донбасі у британському публічному дискурсі, 2013—2019. *VoxUkraine*. 2018. URL: <https://voxukraine.org/sprijnyattya-aneksiyi-krimu-ta-vijni-na-donbasi-u-britanskomu-publichnomudiskursi-2013-2019/> (дата звернення: 01.07.2022).
16. Orlova D. The Coverage of the Conflict in the East by the Ukrainian Media. Special Report. *Detector Media* NGO. Kyiv, 2016. 19 p. URL: [https://ms.detector.media/content/files/dm\\_zvit\\_redpraktika\\_engl-new.pdf](https://ms.detector.media/content/files/dm_zvit_redpraktika_engl-new.pdf) (дата звернення: 01.07.2022).

17. Meng R., Jun Y., Johar G. Research: Being in a Group Makes Us Less Likely to Fact-Check. *Harvard Business Review*. 2017. URL: <https://hbr.org/2017/08/research-being-in-a-group-makes-us-less-likely-to-fact-check> (дата звернення: 01.07.2022).
18. Пормалев Д. Приложения методов машинного обучения в задачах анализа текста. *Программные системы: теория и приложения. труды Международной конференции*. Москва: Физматлит, 2004. С. 35—48.
19. Мазаев А. Тематическое моделирование в действии. LDA. URL: <https://lambda-it.ru/post/tematicheskoe-modelirovanie-v-deistvii-lda> (дата звернення: 01.07.2022).

Одержано 05.07.2022

## REFERENCES

1. Nora, P. (2015). *Present, Nation, Memory*. Kyiv: Clio [in Ukrainian].
2. Hayduk, Y., & Zinchuk, V. (2007). Mass media: creators of the present-day policy of myths. *Ukrainian National Idea: Realities and Prospects of Development*, 2, 72–76 [in Ukrainian].
3. Loiko, L. (2010). Information society and transformations of political power. *State and Law*, 50, 639–642 [in Ukrainian].
4. Proskurina, O. (2006). Political and legal aspects of the development of the information society in Ukraine. *Political Management*, 3, 62–68 [in Ukrainian].
5. Bidenko, Yu. (2011). Civil society: problems of definition and periodization of the development in the Ukrainian context. *Bulletin of V.N. Karazin Kharkiv National University*, 984, 127–132 [in Ukrainian].
6. Tsymbalyuk, V. (2011). Mass-media law in the informational society. *Information and Law*, 1(1), 30–33 [in Ukrainian].
7. Shevchuk, O. (2006). Special aspects of culture formation as a consequence of the development of informational technologies. *Socio-humanitarian Problems of Man*, 2, 105–115 [in Ukrainian].
8. Khahula, L. (2015). State-building and national-democratic processes in Ukraine 1991–2014: Polish socio-political discourse. *Ukrainian Historical Magazine*, 1, 92–107 [in Ukrainian].
9. Balashova, O., & Borysova, S. (2017). Directions of national policy of Ukraine in conditions of globalization of worlds financial field. *Economic Bulletin of Donbas*, 2(48), 143–149 [in Ukrainian].
10. Kachynska, N. (2010). The international image of Ukraine in the context of ensuring the protection of national interests. *Modern Ukrainian Politics, Politicians and Political Scientists about it*, 20, 298–309 [in Ukrainian].
11. Bloomfield, A., & Jacobs, S. (2018). The Internet and Social Media as Sources. *African History*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190277734.013.225>
12. Aiyer, S. (2018). Identifying Historical Primary Sources in Social Media for Reliable Historical Reconstruction. *Extended Abstracts of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, pp. 1–6. <https://doi.org/10.1145/3170427.3180283>
13. Ostapchuk, D. (2016). The Power of Word: How was the attitude towards Ukraine changing in the Western mass media. Content analysis of 10,000 titles. *VoxUkraine*. URL: <https://voxukraine.org/longreads/headlines/article-ua.html> (last accessed: 01.07.2022) [in Ukrainian].

14. Nadelnyuk, O. (2018). The Power of Word II: What more than 6k headlines in Western and Russian media told about Ukraine. *VoxUkraine*. URL: <https://voxukraine.org/en/the-power-of-word-ii-what-more-than-6k-headlines-in-western-and-russian-media-told-about-ukraine/> (last accessed: 01.07.2022) [in Ukrainian].
15. Wilderom, R. (2020). How British, German, and US Media Cover Crimea's Annexation and the Donbass War. *VoxUkraine*. URL: <https://voxukraine.org/en/how-british-german-and-us-media-cover-crimea-s-annexation-and-the-donbass-war/> (last accessed: 01.07.2022).
16. Orlova, D. (2016). The Coverage of the Conflict in the East by the Ukrainian Media. Special Report. *Detector Media NGO*. Kyiv. URL: [https://ms.detector.media/content/files/dm\\_zvit\\_redpraktika\\_engl-new.pdf](https://ms.detector.media/content/files/dm_zvit_redpraktika_engl-new.pdf) (last accessed: 01.07.2022) [in Ukrainian].
17. Meng, R., Jun, Y., & Johar, G. (2017). Research: Being in a Group Makes Us Less Likely to FactCheck. *Harvard Business Review*. URL: <https://hbr.org/2017/08/research-being-in-a-group-makes-us-less-likely-to-fact-check> (last accessed: 01.07.2022).
18. Pormalev, D. (2004). Applications of machine learning methods in text analysis problems. *Program Systems: Theory and Applications: Proceedings of International Conference*, pp. 35–48. Moscow: Fizmatlit [in Russian].
19. Mazaev, A. Thematic modeling in action. LDA. URL: <https://lambda-it.ru/post/tematicheskoe-modelirovanie-v-deistvii-lda> (last accessed: 01.07.2022) [in Russian].

Received 05.07.2022

S.Ye. Prokopenko, postgraduate student  
Zaporizhzhia National University  
66, Zhukovsky st., Zaporizhzhia, 69600, Ukraine  
e-mail: prokopenko.sam98@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-4963-7497>

Yu.O. Irioglu, PhD (History), associate professor  
Zaporizhzhia National University  
66, Zhukovsky st., Zaporizhzhia, 69600, Ukraine  
e-mail: uirioglu@ukr.net  
<https://orcid.org/0000-0003-3324-7598>

#### UKRAINIAN ISSUES IN ENGLISH-LANGUAGE PERIODICALS OF CANADA AND USA (2014—2019)

The article contains a dynamic analysis of the Ukrainian topics coverage in the English-language space of Canada and USA in 2014–2019. A brief characterization of the current theoretical developments pertaining to issues of the mass media role in political processes and the mass media significance as sources of history research is given. A review of professional analytical studies devoted to the coverage of Russian-Ukrainian conflict is made. A comprehensive content characterization of the mass media selected for analysis could be given by determining peak estimates of thematic messages and their generation, and identifying key narratives. The author was the first to analyze the content of five largest English-language editions of Canada and USA («Globe and Mail», «Toronto Star», «National Post», «New York Times», «The Wall Street Journal») in 2014—2019

and explore the dynamics of occurrences of Ukrainian issues and their presentation specifics. The study builds on conventional methods of scientific and source-based analysis, sample textual and clausal analysis of sources using mathematical and statistical methods. Results of this context and frequency analysis showed that the interest to Ukrainian issues in Canadian and American mass media was gradually declining in the period following the events of 2014, which caused a reduction in the number of mentions about Ukraine in the material published in periodicals of these countries. As regards the Canadian media space, 2018 and 2019 gave a lot of newsbreaks for publications about Ukraine. But while in 2014 Ukrainian events used to be in focus as they referred to the international significance of the conflict in the country's East, at the end of the studied period Ukraine was being turned, to an increasingly larger extent, into a tool for political processes in Canada and USA, with the context of Russian aggression becoming marginal. A similar trend occurred in the informational space of USA: issues of Russian aggression marginalized, with Ukraine turning from a side in the conflict into a subject of international agreements, first and foremost a tool for implementing foreign policy of U.S. It is emphasized that it was the mix of three factors — Russian propaganda, weak information presence of Ukraine in the international information space, and trends to show Ukraine as a politically dependent actor in a major part of the Western media – created the real threat of rooting the idea of Ukraine as a failed state in the international community's mind in the years just before the full-scale Russian aggression.

**Keywords:** *mass media, information space, Ukrainian issues, English-language periodical, mention about Ukraine, newsbreaks, image of Ukraine, Russian aggression.*