

<https://doi.org/10.15407/np.76.361>

УДК 07(100):[342.511(477):17.022.1-043.83-048,65]]“364”

Людмила Дем’яненко,

кандидат філологічних наук, старший науковий співробітник,

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського

Голосіївський просп., 3, Київ, 03039, Україна

e-mail: demjanenkol@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5160-2736>

РОЛЬ МІЖНАРОДНОГО МЕДІАКОНТЕКСТУ У ФОРМУВАННІ ТА ПІДТРИМЦІ ІМІДЖУ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Актуальність статті полягає в розкритті основних медійних наративів сучасного геополітичного простору в ЗМІ, зокрема щодо Президента України та його безпосередньої ролі у формуванні майбутньої картини світу. Окремо досліджується роль міжнародного медіаконтексту у формуванні й підтримці іміджу В. Зеленського під час російсько-української війни. Робиться аналіз ключових інформаційних наративів, завдяки яким світові медіа репрезентують постать українського лідера, а також їхнього впливу на сприйняття України в сучасному світі. Такий образ слід розглядати в контексті конкретного медіадискурсу й динаміки міжнародного інформаційного поля як відображення реакцій на очікування аудиторії та реальні запити воєнної дипломатії. Тобто на основі методів контент-аналізу та критичного дискурс-аналізу досліджено трансформацію медіарепрезентації політичного лідера в ключових світових ЗМІ (The New York Times, BBC, CNN, Der Spiegel, Le Monde). Автор аналізує конструювання образу українського лідера – від сприйняття його як «політика-новачка» до трансформації в символ глобального опору агресії. Розглядаються фактори, що сприяли як позитивному впливу (мобілізація підтримки Заходу, героїзація), так і викликам (критика, «медіавтома»). Визначено основні підходи у формуванні медіаконтексту як базової платформи в підтримці іміджевих образів Президента України та фокусування міжнародної аудиторії на цільових потребах у боротьбі з РФ.

Ключові слова: імідж президента, міжнародні ЗМІ, російсько-українська війна, інформаційна війна, медіаконтекст, В. Зеленський.

© Л. Дем’яненко, 2025

Повномасштабне збройне вторгнення РФ в Україну кардинально трансформувало не лише глобальний баланс у світі, а й спричинило різке зростання інформаційної активності в міжнародному медіапросторі. Тож на невизначений час тема війни – російсько-української – закріпилася серед ключових міжнародних новин. І незважаючи на те що інформаційні акценти часто зміщувалися, центральною постаттю завжди залишався В. Зеленський як Президент України. Він став символом спротиву та стійкості держави. Його промови, публічні заяви, офіційні звернення до міжнародної аудиторії, виступи, дипломатичні зустрічі сформували значний масив інформаційних приводів, що стали основою багатформатного медіаконтенту. Подальша дистрибуція цього контенту через загальнонаціональні та регіональні медіа, також і через соціальні мережі сприяла створенню й укріпленню його публічного іміджу як політичного лідера, ділової людини та громадянина.

Враховуючи, що позиція таких ключових медіа, як The New York Times, BBC, CNN, Reuters, The Guardian, Der Spiegel, Le Monde та інших, сформувала ту реальність, крізь призму якої міжнародна аудиторія почала сприймати Україну в цілому та феномен В. Зеленського, важливим аспектом української дипломатії в умовах війни стала саме підтримка іміджу Президента у світовому медіадискурсі. Тому в запропонованій праці завдання полягає в дослідженні не лише міжнародного медіаконтексту щодо війни в Україні, а й специфіки медіапрезентації іміджу Президента України в глобальному інформаційному просторі.

На сьогодні коло наукових пошуків з цієї тематики представлено багатьма дослідженнями українських і зарубіжних учених, які здебільшого застосовують мультидисциплінарний підхід до вивчення сучасного медіаполя та персоніфікації лідера в умовах війни. Зокрема, у працях таких зарубіжних дослідників, як Л. Ванг, М. Девіс, Ф. Золло, Ю. Межова, А. Ніш, Ф. П'єррі, Л. Халлгрєн, за основу дослідження взято офіційні акаунти В. Зеленського в соцмедіа та проаналізовано їх взаємодію з медіафреймами західних видань; особливу увагу зосереджено на розгляді фреймів й емоційних контекстів у кризові періоди дипломатичних процесів. Також детально досліджено меметичний контент – як джерело

базових наративів в умовах війни. У цьому напрямі формується коло наукових інтересів й українських учених, таких як І. Волощук, Н. Глінка, Є. Захаров, Г. Усик, О. Філатова, які акцентують увагу на мовних інструментах лідерства під час війни і їх відображенні в новинному медіадискурсі зарубіжних країн. Із цим пов'язано також ряд інших досліджень, які враховують візуальний імідж Президента в міжнародних ЗМІ, його мовні стратегії, електронні комунікації, емоційний зв'язок з міжнародною аудиторією та українським суспільством. Зокрема, наукові праці Ф. Барановського, Є. Близнюк, О. Злобіної, Н. Ковтун, О. Федоренко, Д. Філіппової розкривають значення зовнішніх маркерів іміджу Президента України як засобів важливих меседжів для інших країн, а також способи синхронізації спільного бачення подій війни та реагування на нові виклики. Таким чином, з точки зору медіадосліджень і комунікації, акцент у дослідженнях ставиться на створенні наративів та їхньому впливі на сприйняття подій і лідерства, тоді як соціологія та психологія фокусуються на формуванні громадської думки через світові ЗМІ й поширенні емоційного контенту для генерування нових зв'язків міжнародної підтримки. У контексті міжнародних відносин і дипломатії предметне коло досліджень охоплює також питання ролі Президента України в просуванні політики «м'якої сили» й акцентного висвітлення війни для досягнення дипломатичних цілей. Значна кількість досліджень «феномену Зеленського» обумовлена також його активною діяльністю в соціальних мережах, які продовжують надавати щоденний контент, розширюючи тематичний спектр для аналізу його особистості.

У контексті означених напрямів вважається за доцільне дослідити більш детально впливові міжнародні ЗМІ, які виступають ретрансляторами сформованої картини світу на основі поширеного контенту про війну в Україні, на предмет підтримки чи спростування іміджевих образів В. Зеленського. Адже останні варто розглядати лише відносно певного медіадискурсу й динаміки міжнародного інфополя, як сукупність реакцій на очікування аудиторії та реальні потреби воєнної дипломатії.

Метою статті є визначення впливу міжнародного медіаконтексту на формування та підтримку іміджу Президента України

під час війни, виявлення ключових медійних наративів, механізмів їх транслявання і впливу на глобальну аудиторію, а також аналіз ролі світових ЗМІ в мобілізації міжнародної підтримки України. Для реалізації мети дослідження було залучено сукупність загальнонаукових методів, зокрема аналізу й синтезу інформації, порівняльний підхід, а також контент-аналіз, спрямований на вивчення сучасної актуальної позиції впливових міжнародних ЗМІ щодо Президента України та іміджевих характеристик його особистості.

Ключову роль у формуванні глобального розуміння російсько-української війни та мобілізації підтримки для України зіграли провідні світові ЗМІ, які від початку активно висвітлювали події, акцентуючи увагу на руйнівних масштабах вторгнення, гуманітарних наслідках і глобальній реакції країн. Саме міжнародний медіаконтекст, сформований у перші дні війни й активно популяризований у маси, став свого роду інформаційним щитом для протидії російській пропаганді, яка активно намагалася просувати свої наративи серед зарубіжної аудиторії. Разом з тим як росмедіа поширювали гасла про «історичну несправедливість», «демільтаризацію» та «денацифікацію» [6], усіляко намагалася дискредитувати В. Зеленського як «бандерівця» й «очільника українського нацизму», так зарубіжні ЗМІ висвітлювали вторгнення РФ як масштабну кризу для Європи та глобального порядку, публікували статті про героїзм українців і міжнародну підтримку. Найбільше охоплення мали такі медіа: The New York Times, The Washington Post, CNN, BBC, The Guardian, Le Monde, Der Spiegel, El Pans, Reuters, Associated Press (AP), Al Jazeera, The Japan Times та ін. Серед загальних рис висвітлення акцент здебільшого було зроблено на стражданнях цивільних і біженцях, санкціях, дипломатичних зусиллях країн, поширенні карт бойових дій та аналізі військової ситуації, виступах В. Зеленського перед міжнародними парламентами й ЗМІ. Із часом акценти змістилися в бік інформаційної хмари навколо постаті Президента України та його іміджевих характеристик, що сформувало своєрідний медіадискурс, у якому й до сьогодні фігурує постать сильного лідера, який відстоює незалежність своєї країни та є уособленням борця українського народу за свободу.

Оскільки в дослідженні використовуються близькі за значенням поняття «медіаконтекст» і «медіадискурс», варто визначити ідейні межі їх тлумачення. Так, під медіаконтекстом розглядається соціокультурне, політичне й економічне середовище, у якому створюється та сприймається медійний контент (час і місце, аудиторія, зовнішні фактори тощо), тоді як медіадискурс – це сукупність текстів, візуальних образів, звукових й інших форм комунікації, створених медіа, які відображають і формують суспільні уявлення, ідеї, цінності. Ряд українських дослідників розглядають медіадискурс як «сукупність мовних практик та комунікативних ситуацій шляхом використання різних засобів обміну інформацією в межах єдиного поля масової комунікації» [4, с. 38] або ж як «різновид усної публічної мови для реального висвітлення подій та означення свого ставлення до них» [5, с. 390]. Тобто як цілісне явище медіадискурс охоплює як мовленнєві, так і невербальні засоби передачі інформації, враховуючи контекст, жанр, специфіку медіаресурсу, тому характеризується структурованістю, інтерактивністю, ідеологічною насиченістю. Обидва терміни взаємодоповнюють один одного, забезпечуючи глибше розуміння медіапродукту загалом і його впливу.

Враховуючи, що медіаконтекст визначає тональність, фрейми, ключові меседжі та емоційний ефект, який отримує аудиторія, він має вирішальний вплив на формування й підтримку іміджу особистості в інформаційному полі. Оскільки позиція Офісу Президента України з початку повномасштабного вторгнення полягала в масштабуванні процесів медіапрезентації лідера, динаміка іміджу В. Зеленського вибудовувалася в послідовному переході від образу «політикановачка» до «символу глобального опору», які активно просувалися в міжнародних ЗМІ. Це дало змогу на тривалий час контекстуально закріпити необхідний образ лідера в медійній площині та тримати у фокусі уваги основні дипломатичні вектори забезпечення міжнародної підтримки України у війні.

Одне з найвідоміших світових медіа “The New York Times” ще в 2022 р. позиціонувало В. Зеленського як «колишнього актора», що не зможе керувати країною під час війни: «незважаючи на сумніви щодо його готовності до лідерства, В. Зеленський, колишній актор, показав виставу свого життя, коли російські війська готувалися

до вторгнення», «...не полишають сумніви щодо його готовності провести Україну через такі небезпечні шляхи, а також щодо компетентності радників, якими він себе оточив, багато з яких прийшли з його гумористичної студії “Квартал 95”. Хоча його люди з оборонного відомства і військові користуються великою повагою, і він поступово створив меритократичну команду, багато з тих, хто його оточує, мають невеликий досвід управління, не кажучи вже про дипломатію чи війну» [8]. Схожа риторика була притаманна й іншим впливовим ЗМІ: «...театральне минуле Зеленського часто проявляється в його відшліфованих промовах, але дехто сумнівається, що навички акторської майстерності допоможуть йому керувати державою під час жорстокої війни» (The Guardian) [18], «комік, який став Президентом, тепер стоїть перед остаточним випробуванням: чи може людина, яка грала президента на телебаченні, орієнтуватися в смертельно серйозній грі ядерного балансування?» (The Washington Post) [17], «його таланти емоційного виступу іноді затьмарює змістовну політику – ризик обрання виконавця на найвищу посаду» (Politico) [10], «Президент, який прийшов до влади як аутсайдер, що виступає проти істеблішменту, тепер бореться зі складним механізмом управління – його брак політичної освіти проявляється в перестановках в уряді» (Der Spiegel) [21], «хоча його комунікаційний геній незаперечний, деякі дипломати шепочуться про “стратегічний дилетантизм” у веденні делікатних переговорів» (Financial Times) [15] та ін.

Виходячи з результатів контент-аналізу провідних міжнародних ЗМІ, на початку повномасштабного вторгнення для позитивного іміджу Президента України світовий медіаконтекст був головним чином несприятливий, адже закріплювалися наративи ментальної слабкості його особистості та відсутності досвіду в політичному управлінні, додатково ці інфопозиції поширювалися також через проросійські пропагандистські канали. Відповідно, завдання полягало в зміні безпосередньо медійного дискурсу та стратегій медіапрезентації В. Зеленського на міжнародну аудиторію. Головний акцент було зроблено на максимальній відкритості та медіаприсутності Президента в інформаційному полі різних цільових аудиторій одночасно. Усі зміни в зовнішньому вигляді та самопрезентації на

офіційних заходах стали частиною щоденного контенту в соціальних мережах, на офіційних сайтах та інших онлайн-ресурсах, прямі включення з місця подій і звіти – усе це дало можливість заповнити інформаційні прогалини в публічному полі та цілеспрямовано формувати медіаконтекст під «сильного лідера в умовах героїчного опору». Численні виступи в парламентах та урядах різних країн, у міжнародних організаціях, офіційні зустрічі з лідерами країн й інтерв'ю в провідних світових ЗМІ привели до покращення загальної тональності медійних відгуків щодо іміджу В. Зеленського та переформатували стійкий наратив сучасного героя, який бореться за життя, свободу й незалежність своєї країни. І на сьогодні – навіть попри «тотальну втому від війни та підтримки України» – сформований медіаконтекст утримує іміджеві образи Президента в полі уваги міжнародної спільноти та дає змогу й надалі просувати необхідні дипломатичні стратегії для перемоги України.

Провідні ЗМІ до сьогодні продовжують транслювати образ сильного лідера та політичного діяча, що здатен самостійно приймати рішення в критичних ситуаціях і відстоювати свою позицію й інтереси своєї держави перед керівниками інших країн. У загальному риторика таких медіа базується на чітких позиціях: «Зеленський став лідером воєнного часу черчиллівського масштабу, згуртувавши свій народ і світ своїми зухвалими, пристрасними промовами», «здатність Зеленського підтримувати національну єдність, незважаючи на втому від війни та політичний тиск, робить його одним з найбільш стійких лідерів України» (The Washington Post) [16], «В. Зеленський: “диктатор” чи “український Черчилль”? Політичний аутсайдер, який порушив норми. Зеленський зараз є обличчям захисту України від Росії і, можливо, Д. Трампа» (Al Jazeera) [9], «його невинна дипломатія забезпечила запрошення України до НАТО у 2024 р. – подвиг, у який мало хто вірив, коли почалася війна» (The Economist) [11], «перед коміком, який став світовим символом мужності, тепер стоїть ще складніше завдання: забезпечити мир» (Time) [19], «після двох років конфлікту... обличчя Зеленського стало жорсткішим, слова – різкішими, рішення – безапеляційними... він... став справжнім воєначальником» (Le Monde) [22], «його перетворення з коміка прайм-тайму на президента воєнного

часу... Зеленський тепер виглядає більш авторитетною, можливо, загартованою в боях фігурою...» (BBC) [13].

У розрізі тематики дослідження впливу медіаконтексту на підтримку іміджу Президента України показовим можна вважати інцидент, що стався під час офіційної зустрічі В. Зеленського з Президентом Д. Трампом і віцепрезидентом Дж. Ді Венсом в Овальному кабінеті в лютому 2025 р. Так зване костюмне питання в полі мережевої комунікації швидко перетворилося на мемний меседж, але з чітким політичним підтекстом, і викликало негативну реакцію громадськості на випадки в бік стилю одягу Президента України. Звинувачення полягали в прояві В. Зеленським неповаги до Білого дому через недотримання офіційного дрес-коду в одязі та, відповідно, відсутності достатньої вдячності й поваги до США, які надають необхідну військову допомогу від початку вторгнення РФ. Ці питання зірвали не лише дипломатичні переговори, а й поставили під сумнів подальші домовленості України та США. Враховуючи, що важливою складовою візуального іміджу президента є вбрання [3], яке транслює для країни та світу необхідні меседжі, В. Зеленський від початку війни обрав мілітарі-стиль на знак солідарності з військовими, які боронять Україну від РФ. Однак «ігнорування» протокольних вимог і конфліктність ситуації могли істотно зашкодити іміджу та збільшити кількість негативно налаштованої аудиторії іншої країни. Виходом із цього дипломатичного колапсу став саме медіаконтекст, який містив стійкі наративи визнання й поваги В. Зеленського на світовій арені, тому загальна тональність повідомлень ЗМІ та реакція медійного поля була більше позитивною в бік Президента України, ніж адміністрації Д. Трампа. Так, серед повідомлень переважали такі позиції: «незважаючи на напруженість в Овальному кабінеті, дипломатія Зеленського продовжує заручатися підтримкою західних союзників» (Reuters) [20], «Європейські лідери підтвердили свою підтримку України після бурхливої зустрічі в Овальному кабінеті. ...Прем'єр-міністр Великої Британії К. Стармер ...наголосив на своїй непохитній підтримці України» (Associated Press) [7], «світові лідери відреагували, продемонструвавши підтримку Україні. ...Президент Європейської комісії У. фон дер

Ляєн, Президент Франції Е. Макрон... підтвердили свою відданість Україні» (Time) [14] тощо.

Таким чином, ці медіа підтвердили, що навіть скандальна зустріч не підірвала, а, навпаки, активізувала міжнародну солідарність із Зеленським та Україною. Вони висловили підтримку, наголошуючи на лідерських якостях і здатності вистояти в складних обставинах, що ще раз підкреслює важливість Президента як символу стійкості та об'єднавчої фігури для демократичного світу. Українська дослідниця В. Мартиненко, розглядаючи основні медіа-стратегії України в умовах війни, зазначає, що саме англомовні ЗМІ відіграли ключову роль у поширенні українських наративів, особливо в період 2019–2023 рр., коли світову увагу було спрямовано на події в Україні [2, с. 222]. Показово, що значне збільшення активності ЗМІ в цей період збігається з різким підвищенням обсягів міжнародної допомоги Україні та залученості більшої кількості спільнот для надання підтримки українським громадянам.

Тому формування необхідного медіаконтексту створюється не лише за рахунок традиційних засобів масової інформації, а й завдяки активному залученню соціальних мереж, популярних месенджерів і цифрових платформ. Відтак цей підхід забезпечує постійну присутність української тематики у фокусі міжнародної спільноти, а також сприяє реалізації дипломатичних стратегій Президента України В. Зеленського на всіх рівнях соціально-політичного життя держави. Стосовно цього Л. Ванг аналізує функціонування соціальних медіа в загальному медійному контексті та їхню роль у формуванні образу В. Зеленського. Автор зазначає, що «...використання текстових і візуальних наративів для конструювання порядку денного, пов'язаного з війною, впливає на міжнародний публічний дискурс. Політика Зеленського є найбільш ефективною на ранніх стадіях конфлікту, але з часом вона слабшає, що підкреслює гнучкість та адаптивність його медіа-стратегії, ілюструючи еволюційний характер політичної діяльності в умовах глобалізації медіа-ландшафту» [12]. Аналіз дослідження показує, що для формування контекстових медіа-конструкцій використовуються переважно фрейми наративу війни (текст у твітах Президента). Найчастіше використовується фрейм дипломатії та міжнародної підтримки (60,6 %), фрейм

лідерства (28,5 %), а фрейм конфлікту й опозиції використовується відносно рідше (10,9 %). Візуальні фрейми використовуються не часто й зосереджуються переважно на створенні іміджу (41,8 %) [1, с. 260–263]. Відповідно, з огляду на залучення аудиторії спостерігається перевага тих комунікаційних реакцій, які конструюють позитивний імідж В. Зеленського як політичного лідера. Формування такого іміджевого конструкта забезпечує підтримку когнітивної та емоційної залученості аудиторії, одночасно сприяючи підвищенню стійкості загального медіаконтексту в умовах кризових ситуацій.

На сьогодні імідж Президента України В. Зеленського не лише показує національну та міжнародну реакцію на війну в Україні, а й виступає джерелом наративів для осмислення ситуації через призму ментального конструкта героїзму, що є основною складовою сучасного глобального медіа-контексту. Ефективність розвитку такого іміджу полягає в поєднанні політичних пріоритетів України з основними домінантними тотожностями західних країн. Тому в сучасних реаліях використання морального впливу В. Зеленського сприяло створенню загального образу російсько-української війни як значно ширшого явища – екзистенційної війни за свободу, демократію та людську гідність.

Отже, медіаконтекст виступає невід’ємним елементом конструювання іміджу Президента України, особливо в умовах кризових чи воєнних ситуацій, до того ж служить фундаментальним механізмом формування його підтримки й подальшого посилення впливу. Він визначає сприйняття лідера, його політичних дій та загалом всієї країни – як з боку національної громадськості, так і міжнародного співтовариства. За таких обставин В. Зеленському вигідний йому медіаконтекст допоміг трансформуватися з «політика-новачка» в «символ глобального спротиву». Його специфіка полягає в генеруванні медійних наративів втілення колективного героїзму, що конструюють образ колективного героїзму, який радше виникає у взаємодії між В. Зеленським та його прихильниками, ніж проявляється як суто індивідуальна характеристика окремої особи. Тому західна аудиторія так швидко й масово підхопила цей концепт, доєднавши його до звичних суспільству дискурсів [1, с. 260–263]. Таким чином, у руслі цього подальші наукові розвідки доцільно

проводити в напрямі дослідження нових інструментів формування медійного контексту для досягнення дипломатичних цілей і реалізації ключових політичних стратегій в умовах війни.

Список бібліографічних посилань

1. Дем'яненко Л. Г. Особливості формування та підтримки іміджу Президента України під час війни в зарубіжних ЗМІ. *Бібліотека. Наука. Комунікація. Пріоритети сьогодення та перспективи* : матеріали Міжнар. наук. конф. (1–3 жовт. 2025 р.) : у 2 т. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України ; відп. ред. О. М. Василенко. Київ, 2025. Т. 2. 412 с. URL: http://conference.nbuv.gov.ua/up/programs/Proceedings_Conference_VNLU_2025_Vol_2.pdf (дата звернення: 10.08.2025).

2. Мартиненко В. В. Аналіз медіа-стратегії України в контексті українсько-російської війни в англомовних ЗМІ. *Вчені зап. ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Т. 35 (74). № 5. Ч. 2. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.5.2/33>

3. Милосердна І. М. Імідж політичного лідера як категорія PR-технології. *Актуальні проблеми політики*. 2019. Вип. 64. С. 118–133. <https://doi.org/10.32837/app.v0i64.191>

4. Мірошніченко І. Г. Стислий текст в українському масмедійному дискурсі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Дніпро, 2020. 275 с. URL: https://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/dissertations/K08.051.05/dissertation_5f47fa5e219da.pdf (дата звернення: 10.08.2025).

5. Сизонов Д. Ю. Медіатекст та медіадискурс у сучасному медійному просторі. *Studia Linguistics*. 2023. Вип. 7. С. 389–392. URL: <https://studia-linguistica.knu.ua/wp-content/uploads/2018/11/2013-7-389-392-Сизонов-Д.Ю..pdf> (дата звернення: 10.08.2025).

6. Що писали про війну в російських новинах. *TEXTY.ORG.UA*. 2022. 02.03. URL: <https://texty.org.ua/articles/105820/sho-pysaly-pro-vijnu-v-rosijskyh-novynah> (дата звернення: 26.06.2025).

7. Dazio S., Blann S. European leaders pledge to stand by Ukraine after confrontational Oval Office meeting with Trump. *Associated Press*. 2025. 01.03. URL: <https://apnews.com/article/zelenskyy-europe-trump->

meeting-washington-oval-office-f7a38b4f7d4d5557575e6788e27687eb (дата звернення: 26.06.2025).

8. Hopkins V. Zelensky Steps Into a Role Few Expected: Ukraine's Wartime President. *The New York Times*. 2022. 24.02. URL: <https://www.nytimes.com/2022/02/24/world/europe/ukraine-zelensky-speech.html> (дата звернення: 26.06.2025).

9. Mirovalev M. Volodymyr Zelensky: A 'dictator', or a 'Ukrainian Churchill'? *Al Jazeera*. 2025. 28.02. URL: <https://www.aljazeera.com/features/2025/2/28/volodymyr-zelensky-a-dictator-or-a-ukrainian-churchill> (дата звернення: 26.06.2025).

10. The Zelensky paradox: actor's charm vs political substance. *Politico EU*. 2022. 12.05. URL: <https://www.politico.eu/article/zelensky-paradox-actor-charm-political-substance> (дата звернення: 10.08.2025).

11. Ukraine's NATO Breakthrough. *The Economist*. 2024. 10.04. URL: <https://www.economist.com/europe/2024/04/10/ukraines-nato-breakthrough> (дата звернення: 10.08.2025).

12. Wang L., Wang R. Cyber warfare: a study of Zelensky's social media political performance strategies and effects. *Front Psychol*. 2024. Vol. 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1478639>

13. Waterhouse J. War has changed Zelensky – but now is the time for him to transform again. *BBC*. 2025. 10.04. URL: https://www.bbc.com/news/articles/c62jxe99e71o?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 26.06.2025).

14. World Leaders React to Zelensky and Trump's Oval Office Showdown. *TIME*. 2025. 01.03. URL: https://time.com/7263291/zelensky-trump-oval-office-showdown-us-ukraine-world-leaders-react/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 22.06.2025).

15. Zelensky between spotlight and statecraft. *Financial Times*. 2022. 03.08. URL: <https://www.ft.com/content/zelensky-between-spotlight-and-statecraft> (дата звернення: 22.06.2025).

16. Zelensky's Balancing Act. *The Washington Post*. 2024. 15.05. URL: <https://www.washingtonpost.com/politics/2024/05/15/zelensky-ukraine-war-leadership> (дата звернення: 22.06.2025).

17. Zelensky's journey from comedy to wartime leadership. *The Washington Post*. 2022. 04.03. URL: <https://www.washingtonpost.com/politics/2022/03/04/zelensky-comedy-wartime-leader> (дата звернення: 22.06.2025).

18. Zelensky's leadership style blends actor's flair with wartime demands. *The Guardian*. 2022. 18.07. URL: <https://www.theguardian.com/world/2022/jul/18/zelensky-leadership-style-actor-flair-wartime-demands> (дата звернення: 22.06.2025).

19. Zelensky's Next Battle. *TIME*. 2023. 01.12. URL: <https://time.com/6338421/zelensky-ukraine-war-peace> (дата звернення: 22.06.2025).

20. Zelenskiy opts for more formal, calibrated wardrobe ahead of Trump meeting. *Reuters*. 2025. 25.06. URL: https://www.reuters.com/world/zelenskiy-opts-more-formal-calibrated-wardrobe-ahead-trump-meeting-2025-06-25/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 26.06.2025).

21. Zelensky's political learning curve. *Der Spiegel*. 2022. 28.06. URL: <https://www.spiegel.de/international/zelensky-political-learning-curve> (дата звернення: 29.06.2025).

22. Zelensky's transformation after two years of war in Ukraine. *Le Monde*. 2024. 22.02. URL: https://www.lemonde.fr/en/international/article/2024/02/22/zelensky-s-transformation-after-two-years-of-war-in-ukraine_6548913_4.html?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 26.06.2025).

References

1. Demianenko, L. H. (2025). *Osoblyvosti formuvannia ta pidtrymky imidzhu Prezydenta Ukrainy pid chas viiny v zarubizhnykh ZMI* [Peculiarities of forming and supporting the image of the President of Ukraine during the war in foreign media]. In O. M. Vasylenko (Ed.) *Library. Science. Communication. Current priorities and prospects. Proceedings of the International Scientific Conference, 1-3 October 2025* (Vol. 2, pp. 260-263). Kyiv [in Ukrainian]. Retrieved August 10, 2025, from http://conference.nbuv.gov.ua/up/programs/Proceedings_Conference_VNLU_2025_Vol_2.pdf

2. Martynenko, V. (2024). Analysis of Ukraine's Media Strategy in the Context of the Ukrainian-Russian War in the English Language Media. *Academic papers of V. I. Vernadsky Tavrida National University. Series Philology. Journalism*, 35(74), 5, 2, 222 [in Ukrainian]. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.5.2/33>

3. Myloserdna, I. (2019). The image of a political leader as a

category of PR technology. *Actual Problems of Politics*, 64, 118-133 [in Ukrainian]. <https://doi.org/10.32837/app.v0i64.191>

4. Miroshnichenko, I. (2020). *Styslyi tekst v ukrainskomu masmediinomu dyskursi* [Short text in Ukrainian media discourse]. Candidate's thesis. Dnipro [in Ukrainian]. Retrieved August 10, 2025, from https://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/dissertations/K08.051.05/dissertation_5f47fa5e219da.pdf

5. Syzonov, D. (2023). *Mediatekst ta mediadyskurs u suchasnomu mediinomu prostori* [Media Text and Media Discourse in the Contemporary Media Space]. *Studia Linguistics*, 7, 389-392 [in Ukrainian]. Retrieved August 10, 2025, from <https://studia-linguistica.knu.ua/wp-content/uploads/2018/11/2013-7-389-392-Сизонов-Д.Ю..pdf>

6. Shcho pysaly pro viinu v rosiiskyykh novynakh [What was written about the war in the Russian news]. (2022, March 2). *TEXTY.ORG.UA* [in Ukrainian]. Retrieved June 26, 2025, from <https://texty.org.ua/articles/105820/sho-pysaly-pro-vijnu-v-rosijskykh-novynah>

7. Dazio, S., Blann, S. (2025, March 1). European leaders pledge to stand by Ukraine after confrontational Oval Office meeting with Trump. *Associated Press*. Retrieved June 26, 2025, from <https://apnews.com/article/zelenskyy-europe-trump-meeting-washington-oval-office-f7a38b4f7d4d5557575e6788e27687eb>

8. Hopkins, V. (2022, February 24). Zelensky Steps Into a Role Few Expected: Ukraine's Wartime President. *The New York Times*. Retrieved June 26, 2025, from <https://www.nytimes.com/2022/02/24/world/europe/ukraine-zelensky-speech.html>

9. Mirovalev, M. (2025, February 28). Volodymyr Zelenskyy: A 'dictator', or a 'Ukrainian Churchill'? *Al Jazeera*. Retrieved June 26, 2025, from <https://www.aljazeera.com/features/2025/2/28/volodymyr-zelenskyy-a-dictator-or-a-ukrainian-churchill>

10. The Zelensky paradox: actor's charm vs political substance. (2022, May 12). *Politico EU*. Retrieved August 10, 2025, from <https://www.politico.eu/article/zelensky-paradox-actor-charm-political-substance>

11. Ukraine's NATO Breakthrough. (2024, April 10). *The Economist*. Retrieved August 10, 2025, from <https://www.economist.com/europe/2024/04/10/ukraines-nato-breakthrough>

12. Wang, L., Wang, R. (2024). Cyber warfare: a study of Zelenskyy's

social media political performance strategies and effects. *Front Psychol*, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1478639>

13. Waterhouse, J. (2025, April 10). War has changed Zelensky - but now is the time for him to transform again. *BBC*. Retrieved June 26, 2025, from https://www.bbc.com/news/articles/c62jxe99e71o?utm_source=chatgpt.com

14. World Leaders React to Zelensky and Trump's Oval Office Showdown (2025, March 1). *TIME*. Retrieved June 22, 2025, from https://time.com/7263291/zelensky-trump-oval-office-showdown-us-ukraine-world-leaders-react/?utm_source=chatgpt.com

15. Zelensky between spotlight and statecraft. (2022, August 3). *Financial Times*. Retrieved June 22, 2025, from <https://www.ft.com/content/zelensky-between-spotlight-and-statecraft>

16. Zelensky's Balancing Act. (2024, May 15). *The Washington Post*. Retrieved June 22, 2025, from <https://www.washingtonpost.com/politics/2024/05/15/zelensky-ukraine-war-leadership>

17. Zelensky's journey from comedy to wartime leadership. (2022, March, 4). *The Washington Post*. Retrieved June 22, 2025, from <https://www.washingtonpost.com/politics/2022/03/04/zelensky-comedy-wartime-leader>

18. Zelensky's leadership style blends actor's flair with wartime demands. (2022, July, 18). *The Guardian*. Retrieved June 22, 2025, from <https://www.theguardian.com/world/2022/jul/18/zelensky-leadership-style-actor-flair-wartime-demands>

19. Zelensky's Next Battle. (2023, December 1). *TIME*. Retrieved June 22, 2025, from <https://time.com/6338421/zelensky-ukraine-war-peace>

20. Zelenskiy opts for more formal, calibrated wardrobe ahead of Trump meeting. (2025, June 25). *Reuters*. Retrieved June 26, 2025, from https://www.reuters.com/world/zelenskiy-opts-more-formal-calibrated-wardrobe-ahead-trump-meeting-2025-06-25/?utm_source=chatgpt.com

21. Zelensky's political learning curve. (2022, June 26). *Der Spiegel*. Retrieved June 29, 2025, from <https://www.spiegel.de/international/zelensky-political-learning-curve>

22. Zelensky's transformation after two years of war in Ukraine. (2024, February 22). *Le Monde*. Retrieved June 26, 2025, from <https://www.lemonde.fr/en/international/article/2024/02/22/zelensky-s-transformation->

after-two-years-of-war-in- ukraine _6548913 _4.html?utm_source=chatgpt.com

Стаття надійшла до редакції 27.08.2025.

Liudmyla Demianenko,

PhD (Philology), Senior Researcher,

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

3 Holosiivskyi Ave., Kyiv 03039, Ukraine

e-mail: demjanenkol@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5160-2736>

The Role of the International Media Context in Forming and Supporting the Image of the President of Ukraine during the War

The full-scale armed invasion of the Russian Federation into Ukraine has significantly changed not only the geopolitical balance of power in the world, but also led to a significant increase in information activity in the international media space. Thus, the relevance of the article lies in revealing the main media narratives of the modern geopolitical space, in particular regarding the President of Ukraine and his direct role in shaping the future picture of the world. The role of the international media context in forming and supporting the image of Volodymyr Zelensky during the Russian-Ukrainian war, is separately investigated. The key information narratives through which the world media represent the figure of the Ukrainian leader, as well as their influence on the perception of Ukraine in the modern world, are analysed. Such an image should be considered in the context of a specific media discourse and the dynamics of the international information field as a reflection of reactions to audience expectations and real requests of military diplomacy. That is, based on the methods of content analysis and critical discourse analysis, the transformation of the media representation of a political leader in key world media (*The New York Times*, *BBC*, *CNN*, *Der Spiegel*, *Le Monde*) is studied. The author analyzes the construction of the image of the Ukrainian leader – from his perception as a “newcomer politician” to his transformation into a symbol of global resistance to aggression. The factors that contributed to both the positive impact (mobilization of Western support, heroization) and the challenges (criticism, “media automaton”), are considered. The main approaches in shaping the media context as a basic platform in supporting the image of the President of Ukraine and focusing the international audience on the target needs in the fight against the Russian Federation, are identified.

Keywords: presidential image, international media, Russian-Ukrainian war, information warfare, media context, Volodymyr Zelenskyy.