

**Любомир ХАХУЛА**

*кандидат історичних наук, старший дослідник  
доцент кафедри міжнародної інформації  
Національного університету «Львівська політехніка»  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9954-9962>  
e-mail: [liubomyr.i.khakhula@lpnu.ua](mailto:liubomyr.i.khakhula@lpnu.ua)*

**Рената ДУМНИЧ**

*студентка 4-го курсу  
кафедри міжнародної інформації  
Національного університету «Львівська політехніка»  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-4563-6543>  
e-mail: [renata.dumnych.mi.2021@lpnu.ua](mailto:renata.dumnych.mi.2021@lpnu.ua)*

## **ОБРАЗ США В УКРАЇНСЬКОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ У 2024–2025 РОКАХ**

Проаналізовано особливості формування і трансформації образу США в українському медійному просторі протягом 2024–2025 рр. Особливу увагу приділено вивченню впливу зустрічі президентів Д. Трампа та В. Зеленського в Білому домі 28 лютого 2025 р. на українські медійні наративи щодо США. Зазначено, що методологія дослідження ґрунтується на якісно-кількісному контент-аналізі 90 новинних матеріалів 3-х провідних українських медіа («Суспільне Новини», «Громадське», «Українська правда») за період із 27 лютого по 1 березня 2025 р. Застосовано метод цілеспрямованої вибірки з аналізом тональності, емоційного забарвлення та домінантних наративів.

Дослідження показало, що у 2024 р. США репрезентували себе переважно як стратегічного партнера України в контексті військової підтримки, економічної допомоги та дипломатичної співпраці, однак аналіз медійного висвітлення зустрічі Трамп–Зеленський продемонстрував кардинальну зміну медіанаративів: від партнерських (напередодні зустрічі) до критичних і скептичних (після зустрічі). Зазначено, що результати контент-аналізу засвідчили домінування негативної тональності (42,2 %) та негативного емоційного забарвлення (68,9 %) в повідомленнях після зустрічі. Зауважено, що найпоширенішими наративами стали «США ненадійні/нестабільні» (32,2 %) та «США тиснуть на Україну» (20 %), що свідчило про різке погіршення образу Америки в українському інформаційному просторі.

Показано динамічність медійного образу країни та його залежність від конкретних дипломатичних подій. Виснувано, що скандальна зустріч у Білому домі стала критичним маркером трансформації сприйняття США українською аудиторією, призвівши до короткотермінової, але значної зміни медійних наративів.

**Ключові слова:** Україна, США, українсько-американські відносини, Дональд Трамп, Володимир Зеленський, український інформаційний простір, медіадискурс, зовнішня політика, міжнародні відносини, інформаційна безпека, громадська думка.

У медійному просторі України США посідають провідне місце серед іноземних держав, присутність яких активно висвітлюють національні засоби масової інформації (ЗМІ). Характер репрезентації США в українському інформаційному середовищі багатовимірний і динамічний, а провідні теми та повідомлення відображають як поточний політичний контекст, так й історично сформовану модель двосторонніх відносин. З огляду на глобальну геополітичну нестабільність, зокрема повномасштабну війну Росії проти України, образ США набуває в українському інформаційному просторі особливої значимості, оскільки ця держава – один з основних партнерів України в безпековій сфері.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю вивчення того, яким є і як змінюється образ США в українських медіа у відповідь на міжнародні та внутрішньополітичні події, якими є провідні інформаційні тренди та наративи, що репрезентують США, а також які канали трансляції цього образу найвпливовіші в українському медійному полі. Дослідження інформаційного впливу США як глобального лідера, зокрема в регіональному контексті, важливе для розуміння механізмів м'якої сили та стратегій міжнародного позиціонування. В українській історіографії відсутні наукові студії, присвячені медійному образу США в українському інформаційному просторі після повномасштабного російського вторгнення 24 лютого 2022 р. Водночас до проблеми присутності США в українських інформаційно-новинних матеріалах ХХ–ХХІ ст. зверталися: Ігор Чорновол (Чорновол, 2010), Андрій Яковлев (Яковлев, 2017), Ольга Блашків, Наталія Ліщинська (Блашків, Ліщинська, 2021).

Мета статті – проаналізувати особливості формування образу США в українському інформаційному просторі у 2024–2025 рр. Особливий наголос зроблено на відображенні у провідних українських ЗМІ публічної зустрічі Президента України Володимира Зеленського із Президентом США Дональдом Трампом (Donald Trump) у Білому домі 28 лютого 2025 р.

**Інформаційний простір України: канали трансляції новин і цільові аудиторії.** Канали трансляції образу США в Україні можна умовно поділити на кілька категорій, залежно від типу джерела, рівня впливу та цільової аудиторії. Центральну роль у цьому процесі відіграють національні медіа, які мають окремі рубрики про зовнішню політику. Впливові також американські державні установи в Україні, що провадять активну інформаційну діяльність. До трансляторів американського контексту належать і міжнародні медіа, як-от: BBC News Україна (BBC News Україна, 2025), Deutsche Welle українською (Deutsche Welle українською, 2025), Голос Америки – українською (Голос Америки – українською, 2025) та ін.

Інформаційний простір України має свою структуру та певні особливості. Основними джерелами інформації або каналами трансляції новин для суспільства, які формують ставлення українців до тієї чи тієї теми є соціальні мережі, новини з яких споживає приблизно 70–80 % українців, та інтернет без соціальних мереж – майже 60 % (Матвієнків, Шмаленко, Кольцов, 2022, с. 225). Варто зазначити, що новини на вебсайтах і в соціальних мережах можуть дублюватися, якщо їх публікує одне

медіа, яке, власне, як канали трансляції використовує і вебсайт, і публічні сторінки в соціальних мережах (Shmalenko, Yeftieni, Semenets-Orlova, 2021, р. 90). Також враховуємо, що основними першоджерелами новин є соціальні мережі державних органів, держслужбовців, військових тощо.

Аудиторія в інформаційному просторі України – це динамічний і багатошаровий соціальний феномен, що формується під впливом низки чинників: політичних, економічних, культурних, демографічних і технологічних. Сучасні дослідження підтверджують, що українська інформаційна аудиторія неоднорідна за віком, рівнем медіаграмотності, доступом до цифрових технологій, політичними поглядами й мовними уподобаннями. Згідно з результатами дослідження соціологів Portulans Ukraine Project Team, понад 80 % респондентів переважно використовують смартфон для доступу до новин чи інформації в інтернеті, що свідчить про домінування цифрових медіа у структурі інформаційного простору (Споживання інформації, 2024).

У 2024 р. соціальні мережі залишалися основним джерелом новин (73,4 %), хоча їх популярність і довіра до них дещо знизилася, порівняно з попереднім роком. Інтернет без мереж стабільно другий (майже 60 %) і втратив найменше довіри. Телебачення, радіо та друковані ЗМІ втратили значну частину аудиторії й довіри. Молодь споживала переважно онлайн-новини, старші вікові категорії – телебачення. Жінки більше довіряли медіа, ніж чоловіки. Зросла кількість українців, які не довіряли жодному джерелу (15,2 %). Загалом, суспільство ставало більш критичним й обачним у споживанні інформації (Медіаспоживання українців, 2024).

У серпні 2024 р. Інститут масової інформації провів дослідження 10 найпопулярніших онлайн-медіа (Цензор.Нет, ТСН, Obozrevatel, Українська правда, УНІАН, Кореспондент.net, NV, РБК–Україна, 24 канал, Фокус), щоб дослідити найзатребуваніші теми й найавторитетніші джерела інформації в українському інформаційному просторі. Контент оцінювали за трьома характеристиками: рівень локалізації, тематика та джерело. За рівнем локалізації виокремлено п'ять позицій: місцевий, національний, міжнародний, тимчасово окуповані території (ТОТ) України та Росія. Новини міжнародного рівня зайняли 36,5 % від загальної кількості, національного – 32,7 %. Це свідчило про важливість для української аудиторії глобального контексту. Новини з ТОТ України зайняли всього 2,1 %, що відображало брак інформації та складність доступу до неї в цих регіонах. За тематикою переважали три теми: понад 30 % новин стосувалися війни, 17,4 % – економіки, 16,5 % – політики. Автори новин здебільш покликалися на офіційні джерела (37,1 %) й інші медіа (36,5 %) (Ядро новин, 2024).

В українському медіапросторі США займали різні позиції, залежно від геополітичної ситуації в регіоні та двосторонніх відносин між державами. Від 2014 р., після початку російської агресії, образ США в українських ЗМІ трансформувався: від критичного (у період до Революції Гідності 2013–2014 рр.) до переважно позитивного, де США сприймали як стратегічного партнера, основного союзника у протистоянні Росії та донора оборонної й фінансової допомоги. Для розуміння формування іміджу США в Україні можна виокремити кілька основних чинників: а) загальний міжнародний контекст; б) інформаційна політика та редакційна позиція українських ЗМІ; в) присутність російської дезінформації; г) дискурс соціальних мереж і цифрових

платформ. Це створювало гетерогенну картину: з одного боку – позитивна репутація США як партнера України, із другого – поодинокі антагоністичні інтерпретації.

Окреслюючи суто українське сприйняття, не можна також відкидати і глобальні тенденції: осмислення іміджу США в медіа через постколоніальні підходи, які розглядають домінування західного нарративу як форму культурної гегемонії. Отже, беручи до уваги дублювання новин і використання соціальних мереж як джерел, а також зважаючи на зручність та адаптивність форматів, для подальшого аналізу обрано онлайн-медіа та їхні веб-сайти.

**Рік 2024: економічна підтримка, військова допомога, президентські вибори у США.** Упродовж 2024–2025 рр. українські національні медіа презентували США як одного з основних міжнародних партнерів України. Тематичний спектр інформаційних повідомлень про США охоплював питання безпеки, військової допомоги, дипломатичних відносин, економічної співпраці, а також внутрішньополітичні американські процеси. Аналіз медіаконтенту засвідчив домінування трьох головних тематичних блоків: військово-політична підтримка, транснаціональна дипломатія і внутрішньополітичні події у США в контексті їхнього впливу на Україну.

Представлення США в українських медіа у 2024 р. було пов'язане з питанням надання допомоги Україні для протидії російському вторгненню. Особливо широкий резонанс викликали дебати в Конгресі США навколо пакета допомоги Україні, що був схвалений у квітні 2024 р. після тривалого політичного блокування. Наприклад, видання «Українська правда» наголошувало на значущості американської підтримки в забезпеченні воєнної стійкості України (Кутелева, Тищенко, 2024). Національні медіа активно висвітлювали дипломатичну діяльність США в контексті підтримки міжнародної ізоляції Росії та посилення трансатлантичної єдності. Основними темами в українських медіа у 2024 р. були визнання США стратегічним партнером, захисником демократії та гарантом міжнародної безпеки.

Водночас багато новинних матеріалів окреслювали ризики зниження підтримки в разі зміни політичного керівництва США. «Дзеркало тижня» стверджувало: «Трамп у разі перемоги на виборах може припинити підтримку України й відмовитися від європейських союзників США» (Гурін, 2024). Водночас «Суспільне Новини» писало: «В разі отримання республіканцями більшості у Конгресі великої різниці у зовнішній політиці США не буде» (Собенко, 2022). Так, медіа не лише інформували про отриману допомогу, а й формували в аудиторії уявлення про потенційні сценарії розвитку подій, залежно від політичної ситуації у США.

Тема американських президентських виборів була однією з найгарячіших у 2024 р. Особливу увагу українські медіа приділяли внутрішньополітичній ситуації в Америці, зокрема підготовці до виборів президента та їх потенційним наслідкам. Ішлося про висвітлення біографій кандидатів, їхніх позицій щодо України, а також загальної динаміки виборчого процесу. Зокрема, Радіо Свобода активно коментувало дебати кандидатів у президенти: «Під час дебатів Трамп сказав, що зробив би так, щоб Путін і Зеленський порозумілися, а завершити війну пообіцяв навіть ще до свого обрання на посаду президента» (Хотин, 2024).

Після листопадових виборів 2024 р., які стали одними з найнапруженіших за останнє десятиліття, медіа фокусувалися на імплементації нової зовнішньої стратегії США, прогножуючи її можливі наслідки для України. Так, виборчий процес в

Америці розглядали як критичний чинник для української безпеки й зовнішньополітичної орієнтації.

**Зустріч у Білому домі 28 лютого 2025 року: реакція українських ЗМІ.** Після інавгурації новообраного Президента США Д. Трампа (20 січня 2025 р.), першою американсько-українською медійною подією була зустріч президентів США та України в Білому домі 28 лютого 2025 р. Її перебіг і результати викликали емоційну реакцію як в українському, так і в американському суспільстві (Сидоренко, 2025; Кузьменко, 2025; Як світ реагує, 2025). Для кращого розуміння контексту, атмосфери українського інфопростору та якісної зміни нарративів доцільно проаналізувати публікації обраних українських ЗМІ у період із 27 лютого по 1 березня 2025 р. Для аналізу українського медіапростору в переддень зустрічі, у сам день і день після неї застосовано якісно-кількісний підхід: визначено категорії (тональність, основні нарративи, емоційне забарвлення), здійснено кодування текстів із метою виявлення домінантних повідомлень і риторичних стратегій та візуалізовано одержані результати.

Критерії вибору медіа визначено методом суб'єктивної вибірки (Purposive sampling), при якому дослідник свідомо й цілеспрямовано покладається на власне судження про респондентів або об'єкти, для відбору їх для участі в дослідженні відповідно до конкретної мети наукового аналізу (Dudovskiy, 2025). За методом суб'єктивної вибірки визначено п'ять критеріїв для медіа: широка популярність і високі охоплення аудиторії; регулярне висвітлення теми США або міжнародних новин; незалежна редакційна політика; географічне охоплення національного масштабу; високе дотримання журналістських стандартів.

Популярність та охоплення аудиторії забезпечує відбір медіа, що реально впливають на формування громадської думки завдяки широкому охопленню користувачів. Регулярне висвітлення теми США гарантує релевантність контенту для дослідження інформаційних нарративів. Незалежність редакційної політики дає змогу виявляти максимальну об'єктивність у поданні образу США. Географічне охоплення національного масштабу – уникнути регіональних відмінностей у сприйнятті Америки або локальних інтерпретацій міжнародної тематики. Рівень дотримання журналістських стандартів мінімізує ризик аналізу маніпулятивного чи фейкового контенту. Відповідно до зазначених критеріїв, обрано такі загальноукраїнські медіа: «Суспільне Новини» (Суспільне Новини, 2025), «Громадське» (Громадське, 2025), «Українська правда» (Українська правда, 2025). Для створення категорій (кодування) текстів підібрано такі характеристики: тональність новин, емоційне забарвлення, домінантні нарративи.

Варто зауважити, що немає потреби оцінювати загальну тональність тексту окремих новин, оскільки відібрані для аналізу медіа надійні, незалежні й дотримуються професійних стандартів, отже, більшість їхніх текстів нейтральні за тональністю з об'єктивним представленням фактів. За характеристикою тональності здійснено оцінку представлення США в контексті українсько-американських відносин: що про Америку пишуть у конкретній новині і чи є це корисним та ефективним для українсько-американських відносин. Отже, негативна тональність – події, які шкодять Україні та двостороннім стосункам; позитивна – події, що підтримують і допомагають Україні; нейтральна – події, які не чинять значного впливу на поточний стан подій.

Емоційне забарвлення новин оцінено за двома категоріями: з позитивним і негативним забарвленням. Під час категоризації емоцій враховано суб'єктивні судження, які побутували в масовій культурі, зокрема переконання, що емоції можуть бути «позитивними» або «негативними». Їх умовний поділ такий: «позитивні» – надія, вдячність, підтримка, довіра, зацікавленість, схвалення, радість, відповідальність, піднесення, гордість, повага, здивування, рішучість, наполегливість, стабільність; «негативні» – тривога, занепокоєння, скептицизм, роздратування, обурення, розчарування, гнів, страх, злість, шок, зневага, жах, сум, настороженість, обережність, недовіра, стурбованість, напруженість.

Для характеристики нарративу сформовано шість дослідницьких категорій: «США – партнер» (тексти, у яких описана різного роду співпраця між Україною та Америкою); «США відновлюють відносини з Росією» (новинні повідомлення про контакти урядів Америки та Росії); «США – гегемон» (новини, у яких відзначено Америку, її значимість як суб'єкта міжнародних відносин і гаранта світового порядку); «США ненадійні/нестабільні» (висвітлення американської внутрішньополітичної ситуації, яка негативно вплинула на імідж США, відносини з партнерами, спричинила занепокоєння серед міжнародного політикуму); «США маневрують» (новини про заяви вищого державного керівництва Америки щодо офіційної позиції держави відносно війни Росії проти України (позиція «сидіння на двох стільцях»), а також інших питань зовнішньої американської політики); «США тиснуть на Україну» (новинні повідомлення, у яких трансливали намагання Президента Дональда Трампа та віцепрезидента Джей Ді Венса (JD Vance) чинити тиск на керівництво України та дискредитувати його в особі Президента Володимира Зеленського).

Для аналізу відібрано по 10 новин за кожен із 3-х днів із медіа «Суспільне Новини», «Громадське», «Українська правда». Загальна кількість проаналізованого матеріалу дорівнювала 90 од. (по 30 новин на медіа).

За результатами дослідження тональності матеріалів від 27 лютого 2025 р., виявлено: 7 новин із позитивною тональністю, 11 – із негативною, 12 – із нейтральною (рис. 1). У день зустрічі президентів у Білому домі медіа подали 3 новини з позитивною тональністю, 13 – із негативною, 14 – із нейтральною (рис. 2). Така ж тенденція збереглася 1 березня – 3 новини з позитивною тональністю, 14 – із негативною, 13 – із нейтральною (рис. 2).

Результати дослідження загальної тональності новин із 27 лютого по 1 березня 2025 р. були такими: позитивна – 13 новин, негативна – 38, нейтральна – 39 (рис. 3). Чітко позитивні меседжі були присутні тільки в 14,4 % новин, що свідчило про певну напруженість у трансліюванні українсько-американських відносин загалом і теми США зокрема. Нейтральну тональність не можна однозначно віднести до категорії негативних повідомлень, проте більша частина таких новин мала негативне емоційне забарвлення (рис. 4).

Результати дослідження емоційного забарвлення українських новин про США варіювалися в межах від –1 (негативне) до +1 (позитивне), що дало змогу простежити загальний емоційний тон публікацій у трьох українських медіа за досліджуваний період. Першого дня опубліковано 11 новин із позитивним емоційним забарвленням і 19 із негативним (рис. 5). Уже 28 лютого зафіксовано 8 новин із позитивним забарвленням та 22 – з негативним, що свідчило про рух у напрямі негативних емоцій (рис. 6).





У день після скандальної зустрічі Трамп–Зеленський з'явилося 9 новин із позитивним емоційним забарвленням, 21 – з негативним (рис. 7). Загальне емоційне забарвлення новин за 3 дні було пропорційно негативним: 62 негативні новини проти 28 позитивних (рис. 8).

Якісно-кількісний аналіз основних медійних наративів дав можливість продемонструвати домінантні образи США в українських медіа та накреслити причини короткотермінової динаміки у сприйнятті Америки. У новинних матеріалах 27 лютого 2025 р. наративи були такими: «США – партнер» (7 новин); «США відновлюють відносини з Росією» (5); «США – гегемон» (4); «США ненадійні/нестабільні» (10); «США маневрують» (4). Понад половину (63,3 %) новин містили наратив негативного змісту, а найчастіше вживаним тут виявився про те, що США ненадійні та нестабільні як у внутрішній, так і в зовнішній політиці (рис. 9).

Зазначимо, що на другий день у новинних повідомленнях з'явився новий наратив, означений як «США тиснуть на Україну». Головні новинні наративи 28 лютого 2025 р. були такими: «США – партнер» (7 новин); «США відновлюють відносини з Росією» (4); «США – гегемон» (1); «США ненадійні/нестабільні» (4); «США маневрують» (4); «США тиснуть на Україну» (10) (рис. 10).

Певні зміни в дискурсі повідомлень відбулися 1 березня: «США – гегемон» (3 новини); «США ненадійні/нестабільні» (16); «США маневрують» (3); «США тиснуть на Україну» (8) (рис. 11).

Впродовж 27 лютого – 1 березня 2025 р. головні наративи в новинах «Суспільне Новини», «Громадське», «Українська правда» були такими: «США – партнер» (14 новин); «США відновлюють відносини з Росією» (10); «США – гегемон» (8); «США ненадійні/нестабільні» (29); «США маневрують» (11); «США тиснуть на Україну» (18). Домінування в українських ЗМІ тези «США ненадійні/нестабільні» стало інформаційним підсумком репрезентації результатів зустрічі в Білому домі Д. Трампа та В. Зеленського (рис. 12).

Отже, за допомогою аналізу українського інформаційного простору доведено, що сприйняття образу США в Україні передовсім залежало від актуального стану українсько-американських двосторонніх відносин. Для українського інформаційного поля важливим маркером у сприйнятті США стала зустріч Д. Трампа та В. Зеленського в Білому домі 28 лютого 2025 р. До цього український інфопростір був насичений новинами про очікування зустрічі українського й американського президентів і підписання двосторонньої угоди про корисні копалини. Тоді майже чверть новин містили наратив про партнерство між США й Україною. Йшлося про те, що США готові до діалогу та співпраці. Була і позитивна тональність, хоча більшість новин містили нейтрально виражений тон.

У вечір зустрічі масово почали з'являтися новини про сварку Президента В. Зеленського із Президентом Д. Трампом і віцепрезидентом Дж. Д. Венсом. Емоційне забарвлення ставало все гострішим та вираженішим, переважали негативні емоції й тони. З'явився наратив про тиск на Україну вищого керівництва США та публічну провокацію. А 1 березня 2025 р., коли новина про суперечку досягла всіх світових ЗМІ, в українських медіа наратив про партнерство взагалі зник. Більшість новин мала негативне і нейтральне забарвлення, хоча деякі – позитивне. Позитив у читачів викликали новини про те, що американський народ не поділяв позиції своїх



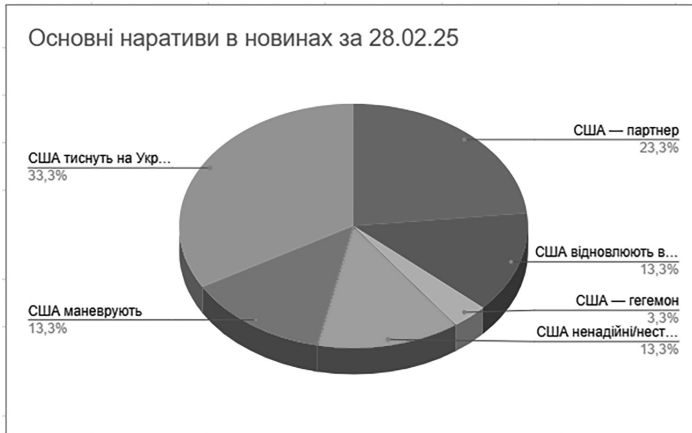


Рис. 10. Головні наративи в новинах українських ЗМІ про США, 28 лютого 2025 р.

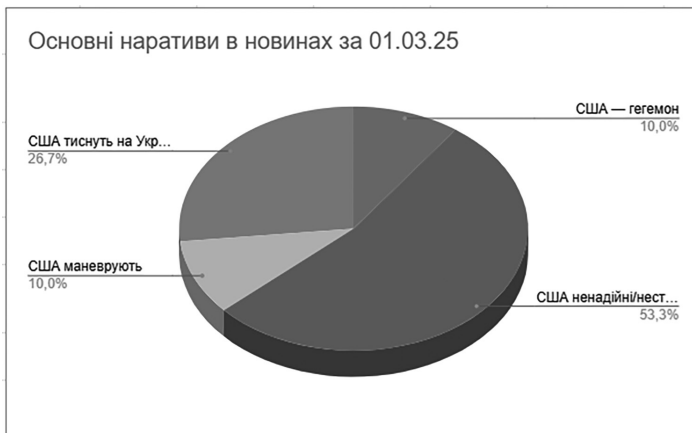


Рис. 11. Головні наративи в новинах українських ЗМІ про США, 1 березня 2025 р.

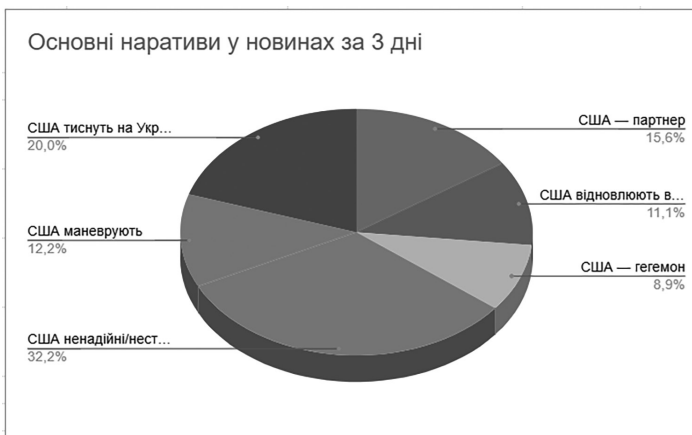


Рис. 12. Відносне співвідношення наративів українських ЗМІ про США в період із 27 лютого по 1 березня 2025 р.

Президента й віцепрезидента і навіть виходив на демонстрації й акції протесту проти їхньої політики щодо України.

Світова спільнота такі новини сприймала насторожено, а лідери держав масово почали або висловлювати підтримку В. Зеленському, або просити його повернутися до перемовин із Д. Трампом. Остання пропозиція посилювала наратив про ненадійність і нестабільність Америки. Також до зустрічі помітною була певна поляризація настроїв, де образ США сприймався двояко і містив як позитивні, так і негативні характеристики. У день після зустрічі в українських новинах США набули яскраво негативних характеристик, адже для більшості ототожнювалися з чинним Президентом та його поведінкою.

### ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

Блашків, О., Ліщинська, Н. (2021). Політичні новини в українських та американських цифрових медіа (на прикладі сайтів ТСН та CNN). *Studia Methodologica*, 52, 41–51. <https://doi.org/10.25128/2304-1222.21.52.04>.

*Голос Америки – українською*. (2025). <https://www.holosameryky.com/>

*Громадське*. (2025). <https://hromadske.ua/>

Гурін, А. (2024, 21 серпня). Президентство Трампа може становити загрозу для відносин США з союзниками – член комітету з розвідки Палати представників. *Дзеркало тижня*. <https://zn.ua/ukr/usa/prezidentstvo-trampa-mozhe-stanoviti-zahrozudlja-vidnosin-ssha-z-sojuznikami-chlen-komitetu-z-rozvidki-palati-predstavnikov.html>

Кузьменко, Ю. (2025, 1 березня). «Дипломатія вмирає в прямому ефірі» – реакція ЗМІ на розмову Трампа з Зеленським. *Суспільне Новини*. <https://suspilne.media/960045-bilij-dim-se-ne-baciv-nicogo-podibnogo-reakcia-zmi-na-rozmovu-trampa-z-zelenskim/>

Кутелева, І., Тищенко, К. (2024, 20 квітня). У Конгресі США підтримали допомогу Україні. *Українська правда*. <https://www.pravda.com.ua/news/2024/04/20/7452184/>.

Матвієнків, С., Шмаленко, Ю., Кольцов, В. (2022). Національний інформаційний простір України: проблеми та перспективи розвитку. *Актуальні проблеми філософії та соціології*, 37, 223–227. <https://doi.org/10.32782/apfs.v037.2022.37>

Медіаспоживання українців: третій рік повномасштабної війни. (2024, 10 липня). *Громадянська мережа ОПОРА*. <https://www.oporaua.org/viyna/doslidzhennya-mediaspozhyvannya-ukrayinciv-tretiy-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-25292>

Сидоренко, С. (2025, 1 березня). Сварка найвищого рівня. Чому зірвана зустріч Зеленського й Трампа ще не стала катастрофою. *Європейська правда*. <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2025/03/1/7206145/>

Собенко, Н. (2022, 8 листопада). Вибори у США. Експерт назвав ризики для України в разі перемоги республіканців. *Суспільне Новини*. <https://suspilne.media/312654-vibori-u-ssa-ekspert-nazvav-riziki-dla-ukraini-v-razi-peremogi-respublikanciv/>

Споживання інформації під час війни і довіра до медіа – медіарегулятору представили результати соціологічного дослідження. (2024, 19 листопада). *Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення*. <https://webportal.nrada.gov.ua/spozhyvannya-informatsiyi-pid-chas-vijny-i-dovira-do-media-mediaregulyatoru-predstavlyu-rezultaty-sotsiologichnogo-doslidzhennya/>

*Суспільне Новини*. (2025). <https://suspilne.media/>

*Українська правда.* (2025). <https://www.pravda.com.ua/>

Хотин, Р. (2024, 28 червня). Україна та війна в дебатах Байдена і Трампа. Реакції. *Радіо Свобода.* <https://www.radiosvoboda.org/a/ssha-bayden-tramp-debaty-ukrayina-viyna-reaktsiyi/33013004.html>

Чорновол, І. (2010). Образ Америки у виданнях «Просвіти». *Україна: культурна спадщина, національна свідомість, державність* (Вип. 19: «Просвіта» – оберт незалежності та соборності України), 251–254.

Ядро новин. Яким темам та джерелам віддають перевагу медіа України. (2024). *Інститут масової інформації.* <https://imi.org.ua/monitorings/yadro-novyn-yakym-temam-ta-dzherelam-viddayut-perevagu-media-ukrayiny-i63099>

Яковлев, А. (2017). Образи США та Великої Британії на шпальтах сатиричного журналу «Перець» у перші роки Холодної війни. *Схід, 5(151)*, 60–64.

Як світ реагує на скандал в Білому домі. (2025, 1 березня). *BBC News Україна.* <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c9q4wxlqxp9o>

*BBC News Україна.* (2025). <https://www.bbc.com/ukrainian>

*Deutsche Welle українською.* (2025). <https://www.dw.com/uk/>

Dudovskiy, J. (2025). Purposive sampling. *Business Research Methodology.* [https://research-methodology.net/sampling-in-primary-data-collection/purposive-sampling/#\\_ftnref1](https://research-methodology.net/sampling-in-primary-data-collection/purposive-sampling/#_ftnref1)

Shmalenko, I., Yeftieni, N., & Semenets-Orlova, I. (2021). Impact of Social Media Influencers on Public Policy and Political Discourse. *Atlantis Press. Series: Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 617*, 88–93.

## REFERENCES

Blashkiv, O., & Lishchynska, N. (2021). Politychni novyny v ukrainskykh ta amerykanskykh tsyfrovyykh media (na prykladi saitiv TSN ta CNN). *Studia Methodologica, 52*, 41–51. <https://doi.org/10.25128/2304-1222.21.52.04> (in Ukrainian).

*Holos Ameryky – ukrainskoiu.* (2025). <https://www.holosameryky.com/> (in Ukrainian).

*Hromadske.* (2025). <https://hromadske.ua/> (in Ukrainian).

Hurin, A. (2024, Serpen 21). Prezydentstvo Trampa mozhe stanovyty zahrozu dlia vidnosyn SShA z soiuznykamy – chlen komitetu z rozvidky Palaty predstavnykiv. *Dzerkalo tyzhnia.* <https://zn.ua/ukr/usa/prezidentstvo-trampa-mozhe-stanoviti-zahrozudlja-vidnosin-ssha-z-sojuznikami-chlen-komitetu-z-rozvidki-palati-predstavnykiv.html> (in Ukrainian).

Kuzmenko, Yu. (2025, Berezen 1). «Dyplomatiia vmyraie v priamomu efiri» – reaktsiia ZMI na rozmovu Trampa z Zelenskym. *Suspilne Novyny.* <https://suspilne.media/960045-bilij-dim-se-ne-baciv-nicogo-podibnogo-reakcia-zmi-na-rozmovu-trampa-z-zelenskim/> (in Ukrainian).

Kutieliava, I., & Tyshchenko, K. (2024, Kviten 20). U Konhresi SShA pidtrymaly dopomohu Ukraini. *Ukrainska pravda.* <https://www.pravda.com.ua/news/2024/04/20/7452184/> (in Ukrainian).

Matviienkiv, S., Shmalenko, Yu., & Koltsov, V. (2022). Natsionalnyi informatsiinyi prostir Ukrainy: problemy ta perspektyvy rozvytku. *Aktualni problemy filosofii ta sotsiologii, 37*, 223–227. <https://doi.org/10.32782/apfs.v037.2022.37> (in Ukrainian).

Mediaspohyvannia ukrainsiv: tretii rik povnomasshtabnoi viiny. (2024, Lypen 10). *Hromadianska merezha OPORA*. <https://www.oporaua.org/viyna/doslidzhennya-mediaspohyvannya-ukrayinciv-tretiy-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-25292> (in Ukrainian).

Sydorenko, S. (2025, Berezen 1). Svarka naivyshchoho rivnia. Chomu zirvana zustrich Zelenskoho y Trampa shche ne stala katastrofoiu. *Yevropeiska pravda*. <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2025/03/1/7206145/> (in Ukrainian).

Sobenko, N. (2022, Lystopad 8). Vybory u SShA. Ekspert nazvav ryzyky dlia Ukrainy v razi peremohy respublikantsiv. *Suspilne Novyny*. <https://suspilne.media/312654-vibori-u-ssa-ekspert-nazvav-riziki-dla-ukraini-v-razi-peremogi-respublikanciv/> (in Ukrainian).

Spozhyvannia informatsii pid chas viiny i dovira do media – mediarehuliatoru predstavlyly rezultaty sotsiolohichnoho doslidzhennia. (2024, Lystopad 19). *Natsionalna rada Ukrainy z pytan telebachennia i radiomovlennia*. <https://webportal.nrada.gov.ua/spozhyvannya-informatsiyi-pid-chas-vijny-i-dovira-do-media-mediaregulyatoru-predstavlyly-rezultaty-sotsiologichnogo-doslidzhennya/> (in Ukrainian).

*Suspilne Novyny*. (2025). <https://suspilne.media/> (in Ukrainian).

*Ukrainska pravda*. (2025). <https://www.ppravda.com.ua/> (in Ukrainian).

Khotyn, R. (2024, Cherven 28). Ukraina ta viina v debatakh Baidena i Trampa. Reaktsii. *Radio Svoboda*. <https://www.radiosvoboda.org/a/ssha-bayden-tramp-debaty-ukrayina-viyna-reaktsiyi/33013004.html> (in Ukrainian).

Chornovol, I. (2010). Obraz Ameriky u vydanniakh «Prosvity». *Ukraina: kulturna spadshchyna, natsionalna svidomist, derzhavnist* (Vyp. 19: «Prosvita» – oberih nezalezhnosti ta sobornosti Ukrainy), 251–254 (in Ukrainian).

Yadro novyn. Yakym temam ta dzherelam viddaiut perevahu media Ukrainy. (2024). *Instytut masovoi informatsii*. <https://imi.org.ua/monitorings/yadro-novyn-yakym-temam-ta-dzherelam-viddayut-perevagu-media-ukrayiny-i63099> (in Ukrainian).

Yakovliev, A. (2017). Obrazy SShA ta Velykoi Brytanii na shpaltakh satyrychnoho zhurnalu «Perets» u pershi roky Kholodnoi viiny. *Skhid*, 5(151), 60–64 (in Ukrainian).

Yak svit reahuie na skandal v Bilomu domi. (2025, Berezen 1). *BBC News Ukraina*. <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c9q4wxlqxp9o> (in Ukrainian).

*BBC News Ukraina*. (2025). <https://www.bbc.com/ukrainian> (in Ukrainian).

*Deutsche Welle ukrainskoiu*. (2025). <https://www.dw.com/uk/> (in Ukrainian).

Dudovskiy, J. (2025). Purposive sampling. *Business Research Methodology*. [https://research-methodology.net/sampling-in-primary-data-collection/purposive-sampling/#\\_ftnref1](https://research-methodology.net/sampling-in-primary-data-collection/purposive-sampling/#_ftnref1) (in English).

Shmalenko, I., Yeftieni, N., & Semenets-Orlova, I. (2021). Impact of Social Media Influencers on Public Policy and Political Discourse. *Atlantis Press. Series: Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 617, 88–93 (in English).

**Liubomyr KHAKHULA**

*PhD in Historical Sciences, Senior Researcher*

*Associate Professor of the Department of International Information*

*Lviv Polytechnic National University*

*ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9954-9962>*

*e-mail: [liubomyr.i.khakhula@lpnu.ua](mailto:liubomyr.i.khakhula@lpnu.ua)*

**Renata DUMNYCH**

*4<sup>th</sup> year student*

*of the Department of International Information*

*Lviv Polytechnic National University*

*ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-4563-6543>*

*e-mail: [renata.dumnych.mi.2021@lpnu.ua](mailto:renata.dumnych.mi.2021@lpnu.ua)*

## **THE IMAGE OF THE USA IN UKRAINIAN INFORMATION SPACE IN 2024–2025**

The article analyzes the peculiarities of formation and transformation of the US image in the Ukrainian media space during 2024–2025. Special attention is given to studying the impact of the meeting between Presidents Donald Trump and Volodymyr Zelenskyy at the White House on February 28, 2025, on media narratives regarding the USA. The research methodology is based on qualitative-quantitative content analysis of 90 news materials from three leading Ukrainian media outlets («Suspilne News», «Hromadske», «Ukrainska Pravda») for the period February 27 – March 1, 2025. A purposive sampling method was applied with analysis of tone, emotional focus, and dominant narratives.

The research showed that in 2024, the USA was represented primarily as Ukraine's strategic partner in the context of military support, economic aid, and diplomatic cooperation. However, analysis of media coverage of the Trump–Zelenskyy meeting demonstrated a cardinal change in media narratives: from partnership-oriented (before the meeting) to critical and skeptical (after the meeting). Content analysis results confirmed the dominance of negative tone (42,2 %) and negative emotional focus (68,9 %) in reports after the meeting. The most widespread narratives became «USA is unreliable/unstable» (32,2 %) and «USA pressures Ukraine» (20 %), which testified to a sharp deterioration of the US image in Ukrainian information space.

The study demonstrates the dynamic nature of a country's media image and its dependence on specific diplomatic events. The scandalous meeting at the White House became a critical marker of transformation in US perception by the Ukrainian audience, leading to a short-term but significant change in media narratives.

**Key words:** Ukraine, USA, Ukrainian-American relations, Donald Trump, Volodymyr Zelenskyy, Ukrainian information space, media discourse, foreign policy, international relations, information security, public opinion.

*Стаття: надійшла до редакції – 13.08.2025;*

*прийнята до друку – 19.09.2025*