

*Г. І. Назаренко, канд. філол. наук  
(факультет міжнародних відносин НАУ),  
orcid.org/0000-0003-1117-5423*

## **СТИЛЬОВІ ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ПОЛІТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ ПРОВІДНИМИ ІНФОРМАЦІЙНИМИ КОРПОРАЦІЯМИ СВІТУ**

Аналіз специфіки інформування глобальної аудиторії провідними медіаорганізаціями світу про події української політики є актуальним проблемним ракурсом процесу медіаобміну у сучасних міжнародних відносинах. Оскільки глобальні ЗМІ у нинішніх реаліях стали чи не найдієвішим інструментом формування громадської думки, їх оцінка, стиль і методи подання новин є вирішальним фактором позиціювання України на світовій інформаційній карті.

Вплив глобальних мас-медіа на політичні процеси розглядали і зарубіжні дослідники Р. Д. Каппон (R. J. Carpon), В. фон Ла Рош (W. von La Roche), М. Матьєн (M. Matien), П.-Й. Рауе (P.-J. Raue), В. Шнайдер (W. Schneider) та ін., і вітчизняні науковці – В. Владимиров, В. Здоровега, В. Іванов, С. Квіт, О. Коновець, І. Михайлин, А. Москаленко, Ю. Нестеряк, В. Різун та ін. Однак необхідність оновленого розгляду постійно змінюваних медіапроцесів і явищ, наявність новітніх тенденцій у розвитку журналістики зумовлюють новизну аналізування чинників функціонування ЗМІ на нових етапах.

Основним завданням проведеного дослідження було здійснення порівняльного аналізу новинних повідомлень про зміну уряду в Україні на початку березня 2020 року провідними медіакорпораціями світу. Зокрема, детально розглянуті інформаційні матеріали на цю тему, подані CNN (Cable News Network), BBC (British Broadcasting Corporation), Reuters, Associated Press, Euronews, Deutsche Welle та ін.

Результати проведеного аналізу фіксують прагнення провідних інформаційних платформ світу, за обов'язкової умови об'єктивного інформування і демонстрації мультимедійного

контенту, знайти власний стиль продукування новинних матеріалів, що забезпечує відсутність калькування і змушує потенційну аудиторію переглядати низку медіаплатформ у пошуках нових вражень і додаткових нюансів повідомлення. Тенденція до подання коментованої, візуально ілюстрованої (фото, відео, малюнок, карикатура, інфографіка), суб'єктивно інтерпретованої та різновекторно витлумаченої інформації (думки експертів, коментаторів, відеоінтерв'ю, цитування сайтів і постів у соцмережах тощо), включення у новинний текст елементів репортажу, прогнозувань, розважання – підтверджують подальшу емансипацію новітніх медіа від класичної інформаційної журналістики.