

ГЕОПОЛІТИЧНІ ПРІОРИТЕТИ УКРАЇНИ

УДК 327(477:460):659:070

DOI: 10.24144/2078-1431.2026.1(36).7–19

Тетяна Ілюк,
кандидат історичних наук,
доцент кафедри міжнародних відносин
факультету права та міжнародних відносин
Київського столичного університету імені Бориса Грінченка
Катерина Гетманенко,
бакалавр зі спеціальності
291 “Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії”

ІМІДЖ УКРАЇНИ В МЕДІАПРОСТОРИ ІСПАНІЇ (2022–2025 РР.): НАПРЯМИ ПРЕДСТАВЛЕННЯ, ІМІДЖЕВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ПРОБЛЕМИ ПОЗИЦІОНУВАННЯ

В статті аналізуються особливості іміджевого представлення України в медіапросторі Королівства Іспанія під час повномасштабної фази війни РФ проти нашої держави (лютий 2022 — початок 2026). Досліджуються бренд-характеристики України, якими її наділяють іспанські ЗМІ, та динаміка представлення. Простежуються особливості позиціонування та ключові наративи, проаналізовано чинники, що вплинули на формування іміджевого позиціонування та з'ясовано проблеми репрезентації України в іспаномовному медіасегменті.

Ключові слова: *України, Іспанія, імідж, медіа, бренд-характеристики, наративи, моніторинг, контент-аналіз, позиціонування.*

The article analyzes the features of Ukraine's image representation in the media space of the Kingdom of Spain during the full-scale phase of Russia's war against Ukraine (February 2022 — early 2026). It examines the brand characteristics attributed to Ukraine by Spanish media and the dynamics of its representation. The study traces the specifics of positioning and the key narratives, analyzes the factors that influenced the formation of Ukraine's image positioning, and identifies the problems of Ukraine's representation in the Spanish-language media segment.

Keywords: *Ukraine, Spain, image, media, brand characteristics, narratives, monitoring, content analysis, positioning.*

Постановка проблеми. Повномасштабне вторгнення РФ на територію України стало відправною точкою, яка привернула увагу світу до нашої держави та подій, пов'язаних з нею. Розуміння значення іміджевої репрезентації, від рівня якої тепер напряму залежить підтримка нашої

держави, досягнення її зовнішньополітичних цілей та, говорячи екзистенційними категоріями, навіть її виживання і подальша доля, спонукали Україну до стрімкого розвитку стратегічних комунікацій і активізації іміджевої роботи у міжнародному середовищі. Важливим напрямом діяльності став аналіз наративів і бренд-характеристик у провідних медіа іноземних держав, що дозволяє не лише відстежувати, але й розуміти та, відповідно, коригувати наявне іміджеве позиціонування, виявляти проблеми і працювати над донесенням ключових українських наративів.

Королівство Іспанія є однією з важливих держав-партнерів України, яка на сьогодні демонструє не лише сталі тенденції політичної підтримки нашої країни на різних рівнях, але і справжню підтримку українських біженців, потужні пакети гуманітарної, військової допомоги, подекуди найбільші з тих, які держава будь-кому надавала у власній історії. Окрім того, характерною особливістю Іспанії є зміна ставлення до РФ, яке було традиційно дружнім, після початку російської агресії в Криму і на Донбасі, коли Іспанія стала на бік України і надавала фінансову й матеріальну підтримку. Важливим етапом двосторонніх відносин стала і підтримка Україною Іспанії під час «каталонської кризи» 2017 року [1, с.4-5]. Покращенню взаєморозуміння сприяли і вжиті країною після неї заходи і санкції щодо російської пропаганди, яка досить потужно розвивалась у регіоні. Відповідно, робота з підвищення медіаграмотності місцевого населення дала наочні результати і однозначне розуміння подій. Як свідчать дані дослідження «Барометр іміджу Іспанії», проведеного Королівським інститутом Елькано у грудні 2024 року, підтримка іспанською громадськістю надання військової допомоги Україні не лише широко поширена, але й вища, ніж серед інших країн регіону (лише 21% іспанців вважають, що Європа повинна негайно припинити надсилання військової допомоги Україні, тоді як в Італії такої думки дотримується 38%, у Франції — 33%, у Німеччині — 32%) [2].

Загалом, розуміння медіаландшафту Іспанії і впливу інтернет-видань на формування суспільної думки робить проблему дослідження іспанського медіапростору одним із актуальних практичних та наукових завдань сьогодні. Тим паче, враховуючи вплив іспанських ЗМІ на формування також суспільної думки у іспаномовних країнах Латинської Америки і Карибського басейну, налагодження відносин з якими на сьогодні є одним із важливих і пріоритетних напрямів зовнішньої політики нашої держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загалом, маємо зазначити, що після початку війни Росії проти нашої країни питання її міжнародного іміджу набуло наукового осмислення. До різнопланових аспектів його аналізу в своїх роботах зверталися, зокрема, Г. Піскорська, Н. Яковенко, Є. Магда, Т. Водотика, В. Терещук, Т. Ілюк та інші. Отримало прикладний розвиток і наукове осмислення і питання моніторингу і дослідження репрезентації України в медіапросторах іноземних держав. На постійній основі моніторинг іноЗМІ проводять такі громадські організації як Brand Ukraine [3], Promote Ukraine [4] та інші. Проблеми аналізу іміджевого представлення України у медіапросторах іноземних держав зверталися

О. Бойко, Г. Коталейчук, В. Чекалюк, С. Козиряцька, К. Гетманенко та інші. Однак, тематика іспанського медіапростору досліджувалася епізодично у роботах А. Корбут, в контексті кримського питання, у публікаціях К. Гетманенко та Т. Люк [5], аналіз тенденцій представлення також міститься в аналітичному дослідженні Центру міжнародної безпеки [1].

Мета статті — проаналізувати основні напрями представлення України в медіапросторі Іспанії після початку повномасштабного вторгнення, проаналізувати динаміку репрезентації та чинники впливу, дослідити ключові бренд-характеристики та наративи і виявити як слабкі місця іміджевого позиціонування нашої держави, так і перспективні напрями, що найбільш цікаві для іспанської/іспаномовної аудиторії з точки зору формування підтримки і сприятливого ставлення.

В основу дослідження покладено моніторинг публікацій найбільш рейтингових газет Іспанії — «El Pais» та «ABC», який доповнено уточнюючими матеріалами видань «El Mundo», «Rebellion», «20Minutos». Моніторинг здійснено методом ручного кодування шляхом виявлення матеріалів, що містять згадки про Україну (#Ucrania, #ucraniano, #ucraniana). Для визначення наративів та бренд-атрибутів використовувалися методи кількісного та якісного контент-аналізу, компаративний аналіз, метод ретроспективного аналізу та історичний метод. Застосування проблемно-хронологічного підходу простежити еволюцію позиціонування в контексті історичних подій. Для верифікації основних інформаційних приводів також також застосовувалася методика вебінструменту GoogleTrends.

Виклад основного матеріалу. З початком повномасштабного вторгнення РФ в Україну увага світових ЗМІ фокусується навколо нашої держави. У 2022 році кількість публікацій в іспанських виданнях зростає майже в 20 разів у порівнянні до попереднього року, і лише в газеті “ABC” становить 11 694 матеріали [6]. Змінюються також якісні наративи публікацій і до літа 2022 року Україна перебуває в епіцентрі медійного висвітлення. Та вже з середини 2022 року увага до нашої країни слабне. У подальшому події в Україні залишаються актуальною темою на шпальтах іспанських видань, та тенденції до падіння охопленнь лише посилюються. Так, станом на 2023 рік кількість публікацій зі згадкою “Україна” в виданні “ABC” містить 5 847 матеріалів, у 2024 році — 4030 публікації, а у 2025 році — 4956 згадок [6]. Причинами такої динаміки являється як природна інформаційна втома від подій, що посилюється розумінням затяжного характеру збройного конфлікту, так і інформаційна конкуренція на тлі інших гарячих конфліктів, насамперед, з 2024 року — *на тлі збройного конфлікту між Ізраїлем та Палестиною* (згадки “Україна” + “Газа” в газеті “ABC” — 724, “Україна”+“Ізраїль” — 845, “Україна” + “Палестина” — 450 згадок) [6].

Аналізуючи напрями іміджевого представлення України в іспанських медіа, маємо констатувати, що переважна більшість матеріалів пов’язана з **подіями війни**. Дещо змінюється фокус медійної уваги основних моментів, а також саме усвідомлення іміджевих характеристик і сприйняття як характеру війни, так і її значення.

У перший період після повномасштабного вторгнення матеріали мали переважно оглядовий характер і значною мірою було зосереджені на описі подій, а також на спробах розібратися в причинах конфлікту. Основними темами медіависвітлення у 2022 році були: “Крим”, “Донецьк”, “Луганськ”, “Маріуполь” та звільнення Херсону, а також з величезною емпатією описують руйнування агресором українських міст. В подальшому увагу було прикуто до таких пікових моментів як контрнаступ у 2023 році (особливо в контексті невинуватених надмірних очікувань) і операція в Курській області 2024 року, яку видання називали найважливішою операцією українських військ на території Росії з початку вторгнення.

З самого початку простежується розуміння медіа **геостратегічного значення війни для Європи** та роль України у захисті континенту. Україну називають “мучениця за нашу демократію” [7], а підтримку пояснюють спільністю ціннісних установок: “Ми з українцями, тому що вони мають демократично обраний уряд, і вони колективно та індивідуально вирішили, що за їхню демократію варто боротися. А це означає, що ваша Україна — це і наша, частина демократичного інтернаціоналу” [8]. Цікаво, що навіть такі традиційно проблемні бренд-атрибути як *корупція*, у 2022-2023 роках переважно згадуються у контексті боротьби українського народу і влади з нею, не надаючи негативних конотацій іміджу нашої держави.

Героїзація на початку спостерігається не тільки в контексті мужнього опору українців російським військам, але й при оцінці **стану розвитку України**. Зокрема, аналізуючи позицію канцлера Німеччини, “El Pais” вказує, що “Шольц досі уявляє розвинену, стійку Україну — лідера у виробництві зеленої енергії, гаранта продовольчої безпеки та потужний європейський технологічний центр. А сьогодні Україна — країна в руїнах” [9].

Переоцінка **потенціалу України**, як одного з основних аграрних виробників у світі чітко простежується у публікаціях станом на 2023 рік. Більше того, чим далі тим більше присутня пряма кореляція впливу війни на ціни у власне Іспанії: “Через рік після вторгнення російських військ в Україну ми, іспанці, платимо більше практично за все” [10]. Поступово проявляється усвідомлення **затяжного характеру війни** без ознак вирішення у середньостроковій перспективі, особливо після невдалого *контрнаступу*. Спостерігається пряма конотація рівня підтримки із воєнними успіхами: “Розхвалений великий наступ із повернення захоплених територій на півдні та сході заплутаний і з дуже обмеженим регресом. Горизонт війни невизначений, прихід зими завадить великим наступом у ситуації, яка загрожує погіршенням підтримки України” [11]. При цьому присутнє чітке розуміння залежності України від **західної допомоги** та вразливості ситуації в **залежності від внутрішньополітичних чинників** у тому ж США.

З 2024 року в матеріалах ЗМІ дедалі частіше говориться про **втому від війни** як в самій Україні, так і у західних партнерів, починають переважати песимістичні настрої, Україна характеризується “змученою”, а українське суспільство “змученим війною”. Ці тенденції в подальшому тільки посилюються, особливо через неспроможність врегулювання війни. У 2025 році медіа дедалі частіше аналізують війну крізь призму спроможностей

реагування самої Європи, зазначаючи що *“Війна Росії проти України випробувала можливості стратегічного реагування Європи. Повоєнний період випробує її геополітичну компетентність у встановленні миру”* [12].

Приділяється увага медіа і розвитку **політичних контактів між двома країнами** як на двосторонньому, так і на багатосторонньому рівні. І якщо аналізуючи стан справ на **двосторонньому рівні** наголошується на гарантіях військової підтримки Києва від іспанської сторони у середньостроковій перспективі, зокрема в контексті підписання двосторонньої безпекової угоди у 2024 році (навіть попри певні побоювання через зростання кількості проросійських партій, які можуть вплинути на обсяг допомоги Україні і їх потенційні перспективи на виборах до Європарламенту), то ситуація з потенційним врегулюванням виглядає значно менш оптимістичною. Зокрема, констатується відсутність прогресу таких ініціатив як Саміт миру через брак одностайної підтримки лідерів країн-учасників, а також недовіру до ініціативи з боку країн т.зв. “Глобального Півдня”.

При цьому, присутнє чітке усвідомлення, що Україна *“зробила російську військову машину набагато менш небезпечною для Заходу та Києва”* [13]. В публікаціях підкреслюється незламність українців і те, що навіть в умовах постійних російських атак — моральний дух на цивільному фронті високий. Простежується і героїзація українського суспільства і волонтерського руху.

Крізь призму героїчного спротиву суспільства розглядається і постать Президента В. Зеленського, який на шпальтах іспанських видань *“уособлює собою єдність приголомшеного суспільства, яке й уявити собі не могло, що може стати жертвою типового для минулого століття збройного конфлікту”* [14]. Але при цьому спостерігаємо все більше критичних оцінок дій президента, які часто називають *не конкретними та розрізненими*.

А з 2025 року тема корупції в Україні знову повертається в матеріали іспанських медіа. При чому фокус уваги зосереджено як на ситуації навколо спроби Президентом скорочення повноважень антикорупційних органів, так і на висвітленні конкретних випадків викриття хабарництва, особливо яке пов'язане із незаконними оборотками в оборонному секторі. Зрозуміло, що позитивних конотацій іміджу держави такі публікації не додають.

Натомість, у 2025 році зміщується фокус публікацій. Війна здебільшого згадується у контексті **перемовин** та надання вагової **матеріальної допомоги** Іспанією, а також важливості **захисту енергетичної сфери** України. Саме крізь призму захисту енергетики газета El País підкреслює необхідність *«термінової та прискореної»* закупівлі американської зброї, насамперед зенітних ракет для захисту енергетичної інфраструктури від російських бомбардувань, через НАТО [15].

Помітною стає і переоцінка подій в контексті зміни **позиції США** за Президента Дональда Трампа. І хоча медіаторство Трампа у переговорах визначають нейтрально (навіть попри наявні в іспанському суспільстві негативні установки, викликані заявами Трампа щодо недостатнього внеску Іспанії у бюджет НАТО), медіа чітко простежують кореляцію ускладнення

позицій Києва із недостатньою підтримкою ключового союзника — США. Більше того, відбувається навіть переоцінка причин військових невдач через ненадійність цього союзника. Зокрема, говориться про певну провину США у згортанні Курської операції, коли *тимчасове призупинення допомоги США прискорило відступ українських військ з російської території, яку вони контролювали з 2024 року*.

Натомість, в публікаціях **2025 року спостерігаємо якісно нові характеристики потенціалу власне України**, які тепер насамперед пов'язуються з оборонним сектором та технологіями. Україна характеризується як сильна в передових оборонних технологіях держава. Зазначається що *“три з половиною роки війни проти Росії перетворили країну на фабрику зброї, яка змінює поле бою”* [16]. Увага приділяється успіхам України у виробництві та застосуванні дронів, які тепер вже активно використовуються нами в атаках на російський енергетичний сектор, оборонну промисловість та військові цілі. Також присутні публікації про те, що за час війни наша держава стала полігоном для випробування іноземних військових технологій.

Характерно, що одним із важливих напрямів формування позитивного іміджу України в іспанському медіапросторі, стала **українська армія**. Героїзацію українських військових ми спостерігаємо з 2022 року, коли в публікаціях підкреслювалася звитяга українських воїнів, їх самовідданість, героїчність, важкий і небезпечний характер роботи; публікувалися матеріали про вдячність і любов населення звільнених територій до військових і їх радушні вітання. Особливо пласт таких публікацій спостерігаємо в контексті звільнення Херсону. Позитивних характеристик додають і публікації, присвячені навчанням наших військових на території Іспанії, в яких зазначається: *“Вони (українські військові) дуже вмотивовані та прагнуть повернутися, щоб зробити свій внесок у захист своєї країни”* [17]. Присутні й згадки про недостатній рівень володіння ними англійською мовою, а також про здатність швидко опановувати іспанську військову лексику. Позитивного сприйняття **образу українських захисників** додають і романтизовані історії з життя наших воїнів, зокрема, в контексті історій кохання на фронті чи святкування Дня святого Валентина.

А ось суперечливих характеристик Україна набуває через **проблеми мобілізації** і ухилення від неї чоловіків призовного віку. Так, з літа 2023 року тональність таких публікацій різниться: якщо “ABC” називає їх *“українцями, які покинули країну після отримання фальшивого документу про недієдатність”* [18], то лівоцентрична “El Pais” акцентує на проблемах ментального здоров'я і через серію інтерв'ю молодих українців демонструє засудження мобілізації та толерує відмову йти на війну. Вже ближче до 2024 року, коли все більше бачимо матеріалів про виснаження українських військових, термін *“мобілізація”* швидко починає змінюватись на *“вербування”*. Наявними є публікації із прямим засудженням дій ТЦК, але й помітною стає зміна ставлення до **чоловіків-втікачів** та чоловіків, що виїхали: від нейтральної та позитивної у 2023 році — до осуду та появи характеристики *“ухилянти”* у 2024 році. Цікаво, що саме в контексті мобілізації знову з'являється наратив **корупції**. Але при цьому медіа уваж-

но стежать і за заходами, які вживає уряд для вирішення цієї ключової, як вони підкреслюють, проблеми: *“Багато хто отримував хабарі за видачу фальшивих медичних документів, які полегшували ухилантам виїзд з країни... Незважаючи на всі нововведення та зручності, питання мобілізації залишатиметься гострим питанням в Україні”* [19].

Значно більш позитивним напрямом іміджевої репрезентації нашого народу зображено **“українських біженців”**. Переважно публікуються матеріали щодо тимчасового перебування українців в Іспанії, їх підтримки з боку влади, приватного сектору та громадян. Починаючи з 2022 року більшість матеріалів позитивно висвітлюють українців, підкреслюється високий рівень освіченості населення та технологічний потенціал кампаній: *“Переважають вчителі, інженери та економісти, а також бухгалтери, юристи та лікарі. Україна також є джерелом технологічних талантів. Згідно з рейтингом Міжнародної асоціації професіоналів аутсорсингу, серед 100 найкращих компаній-провайдерів технологічних послуг у світі 18 українських”* [20]. В матеріалах простежується емпатія іспанського суспільства щодо переміщених осіб. Українці описуються як сором'язливі та здібні до вивчення державної мови, що позитивно сприймається іспанським суспільством. Хоча періодично наявні і негативні публікації про переміщених осіб, пов'язані із такими фактами, як вербування українок для роботи в будинках розпусти, або причетність українців до викрадення люкс-автомобілів в Іспанії, що негативно впливає на імідж нашого народу.

З 2025 року спостерігаємо тенденції до підкреслення успішної інтеграції українців (особливо жінок) в іспанське соціосередовище. Підкреслюється високий рівень їх адаптивності і інтеграції в місцеві громади, але при цьому зазначається, що все одно вони змушені продовжувати нове життя, борючись зі страхом і тугою за можливістю повернутися до мирної України.

Окремий пласт публікацій становлять матеріали, присвячені тематиці **української культури**. На жаль, вони не є досить чисельними і здебільшого пов'язані із тими чи іншими подіями в культурному житті Іспанії, які презентують українські митці чи колективи, що тікали від війни. Так, з інтересом висвітлювалося створення першої української галереї на АРКО Максимом і Юлією Волошиними та виступи дитячого хору “Передзвін”. Дієвим є донесення трагедій війни через призму історій талановитих молодих українців. Зокрема, розповідається про групу акторів-початківців, які стали професіоналами, посеред бомб, подібних до тієї, що обірвала життя хлопця однієї з акторок — Валерії Саакян — через кілька днів після відвідування її першої вистави в Києві [21].

З 2024 року помітними стають і публікації, пов'язані із **збереженням культурної спадщини України** та їх популяризації в Іспанії, через які актуалізуються російські загрози та злочини. Зокрема, відзначається праця музейників щодо збереження культурного спадку шляхом вивезення музейних фондів у більш безпечне іспанське середовище, як це зробила директорка Національного художнього музею України Юлії Литвінець, яка перевезла до Мадриду частину фондів музею та організувала виставку

в музеї Тіссена. Чудовим актом опору газета “La Vanguardia” називає Київський книжковий ярмарок, а через публікації про письменниць Софі Оксанен та Вікторію Амеліну до іспанського суспільства доноситься тема сексуальних злочинів росіян на українських територіях.

Окремий схвальний інтерес викликало **перенесенням святкування Різдва** в Україні, яке було розцінено і в контексті геополітичного вибору нашої держави, зазначаючи, що воно відбулося вперше в історії та всупереч Кремлю і є досить показовим з точки зору нашої євроінтеграції: *“Для Церкви — це знак зближення з Європою і загалом із Заходом у час, коли країна прагне вступити до Європейського Союзу”* [22].

Згадки України присутні і в матеріалах про пісенний конкурс **Євробачення**, який є досить популярним в Іспанії. Зазначається актуальність теми глобальних конфліктів, якою пронизано конкурс, і висвітлюється історія Христини Старикової з гурту Ziferblat, яка показала зруйнований Росією будинок.

Не менш важлива культурна співпраця представлена і в контексті **міждержавного культурного співробітництва**. Присутні публікації про дії, які Іспанія вживає для підтримки українського культурного сектору з моменту вторгнення. Зокрема, про створення культурного центру «Лев», який було засновано через Цільовий фонд співробітництва Іспанія-ЮНЕСКО і за допомогою якого Іспанія прагне зробити свій внесок у культурне відновлення та дослідження провідних культурних політик. Окрім того, демонструється підтримка Іспанією конкретних секторів, таких як українське кіно, шляхом внесення 300 000 євро до Європейського фонду солідарності з українським кінематографом у 2024 році, і ще анонсованої підтримки у 200 000 євро у 2025 році. Та й загалом, чітко ретранслюється позиція міністра культури Королівства Іспанія Ернеста Уртасуна, заявлена під час конференції міністрів культури «Співпраця заради стійкості», про *“безумовну підтримку Іспанією українського народу перед обличчям незаконного вторгнення Росії, а також свою готовність супроводжувати у відбудові та побудові міцного миру, де культура та повага до культурного суверенітету країн повинні відігравати важливу роль”* [23].

Характерною є і протидія **російській пропаганді**, прояви якої найбільш помітними є якраз в публікаціях на теми культури. Так, ретрансляція російських наративів простежується, зокрема, через впровадження меседжів про український націоналізм і мовні проблеми, які подаються через формат інтерв'ю українських митців російського походження. Присутні також публікації з формування образу “хороших росіян”, де їх представляють “мучениками” режиму, відкидаючи їх відповідальність за дії Росії: *“війна в Україні позбавила деяких старих привидів минулого. Царі, Ленін, Сталін і Путін — це одне і те ж. Росія залишається не людиною, а її громадяни — мучениками свободи”* [24]. Такі публікації не носять масовий характер, але вони зустрічаються в іспанських медіа і формують певні уявлення в іспаномовній аудиторії. На противагу їм, ці наративи і пояснення сутності російської пропаганди досить ефективно працюють через аналіз творчості українських митців, як то Юрій Андрухович, якого медіа охрестили

одним із найцікавіших авторів в українській творчій площині і, що важливо, висвітлювали не лише його творчість, але й ретранслювали пояснення ним сутності російської культурної пропаганди.

Значно менш політизованим, але більш об'єднуючим чинником, що сприяє взаєморозумінню і близькості двох суспільств є **футбол**. Іспанці, які самі є потужними футбольними гравцями і надзвичайно шанують цей вид спорту, визнають високий рівень футбольної майстерності українських команд і його потужний розвиток навіть в умовах війни. Наявні численні публікації, де Україну оцінюють крізь призму українських гравців, тренерів та матчів, насамперед тих, що пов'язують обидві країни, як, наприклад, гравець "Реал Мадриду" українець Андрій Лунін (230 матеріалів "ABC") [6]. Образ української збірної теж наявний у матеріалах газет при висвітленні її матчів Євро-2024, і навіть програші команди іспанські медіа з емпатією списують на те, що команда має надлишкову відповідальність, усвідомлюючи, що вона представляє країну, яка перебуває у стані війни. Але що цікаво, що в останніх публікаціях про футбол 2025 року ми спостерігаємо вже відхід від фактору війни і констатацію того факту, що українська збірна є сильним суперником і фаворитом за вихід у чвертьфінал.

Висновок. Таким чином, аналіз публікацій провідних іспанських видань за 2022–2025 рр. демонструє чіткі тенденції до зміни іміджу України після повномасштабного вторгнення. Логічно, що ключовою тематикою публікацій являється війна і пов'язані з нею події. Однак, матеріали не обмежуються виключно новинним характером, а змушують іспанське суспільство переоцінити геополітичну роль України для Європи і сценарії розвитку конфлікту для всього континенту, зростає розуміння значення України для безпеки Європи. Відбувається також переоцінка стану розвитку самої держави і її економічного потенціалу. Якщо на початку 2022 року базовими характеристиками були *«країна в руїнах»*, *«мучениця за свободу»*, *«аграрна країна»* — то на кінець 2025 року Україна визнається як *«високотехнологічна країна з сильним оборонно-промисловим комплексом»*, та *«фабрика зброї, яка змінює поле бою»*, хоча при цьому образ *«змученої війною країни»* з часом тільки посилюється. Чим далі тим більшою мірою відчувається втома від війни, відсутність бачення шляхів її завершення і вразливість самої Європи. Помітним стає переміщенням фокусу уваги на чинник підтримки України Іспанією і пов'язаних з нею напрямів і ініціатив, як то енергетика, безпека та підтримка культур. Помітним стає і бачення конфлікту крізь призму власне іспанських проблем, що стали наслідком тривалої війни в центрі Європи. Відбувається суттєва переоцінка ролі США як ключового союзника, особливо за президентства Дональда Трампа, і демонструється вразливість України від внутрішньополітичної конфігурації у США.

З самого початку повномасштабного вторгнення спостерігаються тенденції до героїзації і навіть міфологізації образу України та її народу. Позитивних конотацій іміджу України додають: образ українських військових, який доноситься не лише через їх боротьбу, але і крізь призму особистих історій і олюднення контенту; образ українців, що тимчасово виїхали

на територію Іспанії, тікаючи від війни, які репрезентуються з емпатією і з підкресленням їх високої адаптивності і працелюбності; незламність і страждання українського народу, волонтерство і консолідація нашого суспільства; технологічний розвиток і цінність як аграрного виробника; футбол і культура.

Негативу ж додають чинники корупції, мобілізації та випадків проституції і крадіжок, здійснені українськими біженцями. Простежуються також прояви інформаційних кампаній російської пропаганди, яка особливо активно працює через культурну тематику, намагаючись впровадити наративи про мовні проблеми в Україні, націоналізм та сформувані образ “росіян-мучеників свободи”.

Характерно, що в контексті війни увага іспанського суспільства повертається і до української культури і її різноманіття. Здебільшого, культурний пласт пов’язується з інформаційними приводами, якими слугує діяльність митців, що оселилися в Іспанії, тікаючи від війни, і працюють в напрямку репрезентації як власної творчості, так і національних культурних надбань. Характерно, що з часом публікації містять більш змістовний характер, доносячи через культурні події і продукти такі проблеми як злочини росіян, знищення культурної спадщини, культурний опір українців російській культурній експансії.

Загалом, аналізуючи проблеми позиціонування, маємо відзначити їх залежність від чинника війни і відсутність чітких меседжів, які б донесли до іспаномовної аудиторії видань культурну самобутність українців, наявні історії успіху, які могли б посилити імідж нашої держави. Чудове вікно можливостей надає адаптований культурний контент, спортивні досягнення, технологічні і інноваційні здобутки. Необхідне посилення стратегічних комунікацій і більш комплексного підходу до формування образу України, який би не базувався на ситуативному чиннику війни, а репрезентував країну, виходячи з наявного її потенціалу і національних інтересів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Диченко Д. Ключові особливості двосторонніх відносин з Україною, взаємного сприйняття та культурної сфери Королівства Іспанія. URL: https://analytics.intsecurity.org/wp-content/uploads/2022/12/Ukr_CIS_11_Spain.pdf
2. Negrete B. España frente a Ucrania: solo el 21 % cree que se debe dejar de armar a los ucranianos. El Confidencial. 2025. URL: https://www.elconfidencial.com/espana/2025-02-14/espana-opinion-guerra-ucrania-enviar-armas-ucranianos_4064411/
3. Brand Ukraine. URL: <https://brandukraine.org.ua/uk/analytics/>
4. Promote Ukraine. URL: <https://www.promoteukraine.org/uk/zhurnal/>
5. Люк Т., Гетманенко К. Трансформація іміджу України у масмедійному просторі Королівства Іспанія в період «гібридної» фази російсько-української війни (2014 — лютий 2022 рр.). Геополітика України: історія і сучасність. 2024. № 2 (33). С. 158–174.
6. Archivo ABC. URL: <https://www.abc.es/archivo/>
7. ABC Cultural (Madrid). 2023. С. 12. URL: <https://www.abc.es/archivo/periodicos/cultural-madrid-20230429-12.html>

8. ABC Córdoba. 2023. C. 3. URL: <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-cordoba-20230730-3.html>
9. Valero C. Un “Plan Marshall” para reconstruir Ucrania. El Mundo. 2022. URL: <https://www.elmundo.es/internacional/2022/10/25/6357df61e4d4d8525a8b459f.html>
10. ABC Córdoba. 2023. C. 20. URL: <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-cordoba-20230206-20.html>
11. ABC Sevilla. 2023. C. 38. URL: <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-sevilla-20230920-38.html>
12. Fernández L. En torno a Europa y la guerra de Ucrania. Política Exterior. 2025. URL: <https://www.politicaexterior.com/articulo/en-torno-a-europa-y-la-guerra-de-ucrania/>
13. ABC Madrid. 2024. C. 27. URL: <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-madrid-20240224-27.html>
14. ABC Sevilla. 2024. C. 46. URL: <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-sevilla-20240225-46.html>
15. González M. España financiará con 100 millones de euros la compra de armamento estadounidense para Ucrania. El País. 2025. URL: <https://elpais.com/espana/2025-11-18/espana-financiara-con-100-millones-de-euros-la-compra-de-armamento-estadounidense-para-ucrania.html>
16. Robots militares por 20.000 dólares que sustituyen a los soldados: así redefine Ucrania la tecnología de guerra. Cinco Días. 2025. URL: <https://cincodias.elpais.com/companias/2025-07-01/robots-militares-por-20000-dolares-que-sustituyen-a-los-soldados-asi-redefine-ucrania-la-tecnologia-de-guerra.html>
17. ABC Córdoba. 2023. C. 30. URL: <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-cordoba-20230314-30.html>
18. ABC Córdoba. 2023. C. 31. URL: <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-cordoba-20230906-31.html>
19. ABC Madrid. 2024. C. 22. URL: <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-madrid-20240608-22.html>
20. Carrizosa S. El talento ucranio empieza a llegar a las empresas españolas: “Fueron cariñosos en la entrevista, pero no hablar el idioma me frustra”. El País. 2022. URL: <https://elpais.com/economia/negocios/2022-05-20/el-talento-ucranio-empieza-a-llegar-a-las-empresas-espanolas-fueron-carinosos-en-la-entrevista-pero-no-hablar-el-idioma-me-frustra.html>
21. De Vega L. Teatro de ida y vuelta: jóvenes ucranios estrenan en España una adaptación bélica de “La vida es sueño”. El País. 2025. URL: <https://elpais.com/cultura/2025-10-20/teatro-de-ida-y-vuelta-jovenes-ucranios-estrenan-en-espana-una-adaptacion-belica-de-la-vida-es-sueno.html>
22. El 25 de diciembre se consolida como fecha de la Navidad en Ucrania. Vida Nueva. 2023. URL: <https://www.vidanuevadigital.com/2023/12/27/el-25-de-diciembre-se-consolida-como-fecha-de-la-navidad-en-ucrania/>
23. La Moncloa. Reconstrucción cultural de Ucrania. 2025. URL: <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/cultura/Paginas/2025/010225-urtasun-reconstruccion-cultural-ucrania.aspx>
24. ABC Cultural (Madrid). 2024. № 27. C. 14. URL: <https://www.abc.es/archivo/periodicos/cultural-madrid-20240427-14.html>

REFERENCES

1. Dychenko, D. (2022). *Kliuchovi osoblyvosti dvostronnykh vidnosyn z Ukrainoiu, vzaiemnoho spryiniattia ta kulturnoi sfery Korolivstva Ispaniia* (Key features of bilateral relations with Ukraine, mutual perception and the cultural sphere of the Kingdom of Spain). Retrieved from https://analytics.intsecurity.org/wp-content/uploads/2022/12/Ukr_CIS_11_Spain.pdf [in Ukrainian].
2. Negrete, B. (2025) *España frente a Ucrania: solo el 21 % cree que se debe dejar de armar a los ucranianos*. El Confidencial. Retrieved from https://www.elconfidencial.com/espana/2025-02-14/espana-opinion-guerra-ucrania-enviar-armas-ucranianos_4064411/ [in Spanish].
3. Brand Ukraine (Analytics section). Retrieved from <https://brandukraine.org.ua/uk/analytics/> [in Ukrainian].
4. Promote Ukraine. Retrieved from <https://www.promoteukraine.org/uk/zhurnal/> [in Ukrainian].
5. Pliuk, T., Hetmanenko, K. (2024) *Transformatsiia imidzhu Ukrainy u masmediinomu prostori Korolivstva Ispaniia v period "hibrydnoi" fazy rosiisko-ukrainskoi viiny (2014 — liutyi 2022 rr.)* (Transformation of Ukraine's image in the media space of the Kingdom of Spain during the "hybrid" phase of the Russian-Ukrainian war, 2014–February 2022). *Heopolytika Ukrainy: istoriia i suchasnist*. No. 2(33), pp. 158–174. [in Ukrainian].
6. Archivo ABC. Retrieved from <https://www.abc.es/archivo/> [in Spanish].
7. ABC Cultural (Madrid). (2023). Retrieved from <https://www.abc.es/archivo/periodicos/cultural-madrid-20230429-12.html> [in Spanish].
8. ABC Córdoba. (2023). Retrieved from <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-cordoba-20230730-3.html> [in Spanish].
9. Valero, C. (2022). *Un "Plan Marshall" para reconstruir Ucrania*. *El Mundo*. Retrieved from <https://www.elmundo.es/internacional/2022/10/25/6357df61e4d4d8525a8b459f.html> [in Spanish].
10. ABC Córdoba. (2023). Retrieved from <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-cordoba-20230206-20.html> [in Spanish].
11. ABC Sevilla. (2023). Retrieved from <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-sevilla-20230920-38.html> [in Spanish].
12. Fernández, L.(2025). *En torno a Europa y la guerra de Ucrania*. *Política Exterior*. Retrieved from <https://www.politicaexterior.com/articulo/en-torno-a-europa-y-la-guerra-de-ucrania/> [in Spanish].
13. ABC Madrid. (2024). Retrieved from <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-madrid-20240224-27.html> [in Spanish].
14. ABC Sevilla. (2024). Retrieved from <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-sevilla-20240225-46.html> [in Spanish].
15. González, M. (2025). *España financiará con 100 millones de euros la compra de armamento estadounidense para Ucrania*. *El País*. Retrieved from <https://elpais.com/espana/2025-11-18/espana-financiara-con-100-millones-de-euros-la-compra-de-armamento-estadounidense-para-ucrania.html> [in Spanish].
16. *Robots militares por 20.000 dólares que sustituyen a los soldados: así redefine Ucrania la tecnología de guerra*. (2025). *Cinco Días*. Retrieved from <https://cincodias.elpais.com/companias/2025-07-01/robots-militares-por-20000-dolares-que-sustituyen-a-los-soldados-asi-redefine-ucrania-la-tecnologia-de-guerra.html> [in Spanish].

17. *ABC Córdoba*. (2023). Retrieved from <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-cordoba-20230314-30.html> [in Spanish].
18. *ABC Córdoba* (2023). Retrieved from <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-cordoba-20230906-31.html> [in Spanish].
19. *ABC Madrid* (2024). Retrieved from <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-madrid-20240608-22.html> [in Spanish].
20. Carrizosa, S. (2022). *El talento ucranio empieza a llegar a las empresas españolas*. *El País*. Retrieved from <https://elpais.com/economia/negocios/2022-05-20/el-talento-ucranio-empieza-a-llegar-a-las-empresas-espanolas-fueron-carinosos-en-la-entrevista-pero-no-hablar-el-idioma-me-frustra.html> [in Spanish].
21. De Vega, L. (2025). *Teatro de ida y vuelta: jóvenes ucranios estrenan en España una adaptación bélica de "La vida es sueño"*. *El País*. Retrieved from <https://elpais.com/cultura/2025-10-20/teatro-de-ida-y-vuelta-jovenes-ucranios-estrenan-en-espana-una-adaptacion-belica-de-la-vida-es-sueno.html> [in Spanish].
22. *El 25 de diciembre se consolida como fecha de la Navidad en Ucrania*. *Vida Nueva*. (2023). Retrieved from <https://www.vidanuevadigital.com/2023/12/27/el-25-de-diciembre-se-consolida-como-fecha-de-la-navidad-en-ucrania/> [in Spanish].
23. *Reconstrucción cultural de Ucrania*. (2025). *La Moncloa*. Retrieved from <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/cultura/Paginas/2025/010225-urtasun-reconstruccion-cultural-ucrania.aspx> [in Spanish].
24. *ABC Cultural (Madrid)*. (2024). Retrieved from <https://www.abc.es/archivo/periodicos/cultural-madrid-20240427-14.html> [in Spanish].