

УДК 316.774:070 (477+540)

[http://doi.org/10.18524/2304-1447.2018.1\(19\).113926](http://doi.org/10.18524/2304-1447.2018.1(19).113926)

**Польовик Світлана Миколаївна,**

кандидат наук із соціальних комунікацій,  
наук. співробітник Фонду Президентів України  
Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського  
вул. Володимирська, 62, м. Київ, 01033, Україна  
тел.: (044) 288 14 13  
e-mail: [spol@bigmir.net](mailto:spol@bigmir.net)

## ОБРАЗ УКРАЇНИ У СВІТІ: АНАЛІЗ АЗІЙСЬКИХ ЗМІ

У цій розвідці розглядається образ України, що сформувався в медійному просторі найвпливовішого видання Індії «The Times of India» у 2017 р. Зроблено висновок про те, що поліпшення іміджу України можливе тільки в тому випадку, якщо вдасться знайти дієві методи роботи зі світовими засобами масової комунікації в цілях формування їх позитивної думки про Україну.

**Ключові слова:** образ України, «The Times of India», контент-аналіз.

*Постановка проблеми дослідження.* Найважливішим інструментом захисту інтересів України в світі служить імідж країни. Від його позитивного або негативного забарвлення залежить успішність проведення політики держави. В останні роки проблеми формування позитивного іміджу України в світових засобах масової інформації та його функціонування за кордоном привертають пильну увагу. На сьогодні можна спостерігати високу частотність появи в авторитетних зарубіжних ЗМІ матеріалів на українську тематику. На жаль, така позитивна динаміка викликана вкрай непривабливими інформаційними приводами, зумовленими кризовими проявами в політичному та соціально-економічному житті нашої країни.

Інформаційний простір України сьогодні настільки перенасичений подіями, а те, що відбувається настільки складно оцінити об'єктивно та схарактеризувати однозначно, що зарубіжні ЗМІ формують досить полярний образ України, висвітлюючи її образ як у позитивному, так і негативному аспекті.

*Аналіз останніх досліджень та публікацій.* Особливу увагу до подій в Україні виявили західні ЗМІ, що знайшло своє відображення у дослідженнях В. І. Гурковського, О. Бутирського, П. Ю. Леньо, З. Грень, Є. Б. Тихомирової, О. А. Семченка та ін.

За словами В. І. Гурковського, західні ЗМІ «дивляться на Україну переважно або крізь «московські окуляри» – тенденції русоцентризму або цікавляться нею передусім з погляду значення «української карти» в подальшому розвитку відносин Москви із західними столицями [2]. Цієї ж думки дотримується

О. Бутирський, наголошуючи, що «західні мас-медіа сприйматимуть Україну через призму її внутрішніх та зовнішніх проблем» [1].

Аналізуючи розвідки вітчизняних дослідників щодо вивчення іміджу України на сторінках зарубіжних видань, не можна не помітити, на фоні значної уваги до нашої країни західними ЗМІ, фактичну відсутність їх спрямованості на аналіз видань країн азійського регіону в даному контексті. Безумовно, Україна має мало спільного з далекими країнами Азії, однак на сучасному етапі зростає інтерес до цього регіону. Однією з причин можна назвати ту, що компенсація часткової втрати ринків Росії можлива не лише за рахунок поглиблення торгівлі з Європейським Союзом, але й за рахунок опанування азійських ринків. На сьогодні Україна має досить широке коло економічних партнерів серед азійських країн, але головною серед них є Індія.

Таким чином, *актуальність* дослідження образу України у азійських ЗМІ полягає у тому, що нині наша країна потребує позитивного іміджу у світі – для налагодження міжнародної співпраці, пошуку союзників, залучення інвестицій та протистояння інформаційним загрозам та гібридній війні.

*Мета дослідження.* Зважаючи на значущість азійського регіону у формуванні іміджу нашої держави, у своєму дослідженні ми ставимо за мету провести контент-аналіз одного з найвпливовіших видань цього регіону – авторитетної англійської газети Республіки Індія «The Times of India» у контексті визначення особливостей висвітлення виданням подій в Україні за 2017 р.

*Завдання* нашого дослідження полягає у виявленні кількісних тенденцій висвітлення подій в Україні та дослідженні тематики публікацій.

*Методи дослідження.* Основним методом дослідження є контент-аналіз. Цей метод дозволив проаналізувати матеріали газети «The Times of India» [4] та встановити тенденції висвітлення подій в Україні на її шпальтах. У цьому дослідженні ми більше схилилися до кількісного контент-аналізу, адже саме він дав змогу встановити чіткі показники та отримати об'єктивні результати. Відповідно до мети та завдань були розроблені такі категорії аналізу: «кількісні показники публікацій про Україну», «тематика матеріалів», «тональність публікацій». Було визначено вибірку: переглянуто 8607 матеріалів за 2017 р. та підраховано кількість матеріалів у виданні, присвячених подіям в Україні. Для виявлення основної тенденції застосовувався компаративний метод. З усієї кількості публікацій було виокремлено авторські статті, які безпосередньо стосувалися України та підпадали під категорії аналізу. Усі 429 матеріалів, які посвячені Україні, були проаналізовані з точки зору їх тональності – тобто, наскільки інформація, запропонована читачу, є позитивною або негативною.

*Виклад основного матеріалу дослідження.* «The Times of India» – англійська ранкова щоденна газета, яка публікується в Мумбаї, Ахмадабаді та Делі. На думку І. М. Філатової, це одна із найбільш впливових газет Індії, голос якої співпадає з позицією національного уряду [3]. Структура та зміст газети відповідають основним параметрам якісного видання та орієнтовані на задо-

волення інформаційних потреб вишуканої читацької аудиторії. «The Times of India» освітлює політичні, економічні та соціальні події національного та міжнародного масштабу. Обсяг газети без додатків складає 32 сторінки. Видання робить ставку, перш за все, на новини та аналітику, якій відведено більшу його частину.

Як свідчить контент-аналіз публікацій, проблеми України досить активно обговорюються на сторінках видання у досліджуваній період, склавши 20% від усіх публікацій.

Динаміка представлення матеріалів про Україну у газеті показує зростання інтересу до них з боку видання. Найменш інформативним виявився початок 2017 р. (перший квартал), склавши лише 13% усіх публікацій щодо подій в Україні, у яких концентрувалася увага переважно на спортивних подіях та кіноіндустрії (Рис. 1).

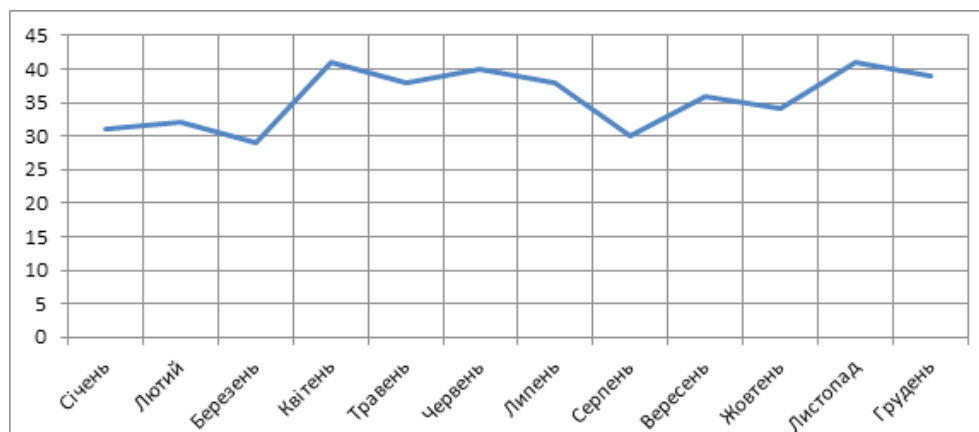


Рис. 1. Динаміка висвітлення на сторінках газети «The Times of India» подій в Україні у 2017 р.

Найбільша кількість публікацій з української проблематики зафіксована у другому-третьому кварталі (23% і 25% відповідно). У порівнянні кількості матеріалів по темі на початку та в середині року спостерігається збільшення числа матеріалів у середньому на 13%. Найбільш різке зростання припало на кінець червня – початок липня, коли кілька українських банків, а також деякі підприємства комерційного і державного секторів зазнали зовнішньої хакерської атаки невідомим вірусом, що викликало широкий резонанс на сторінках газети «The Times of India».

Кінець року означився зменшенням інтересу до України на сторінках видання порівняно з другим та третім кварталом (19% і 20% відповідно) та висвітленням, у своїй більшості, проблем політичного та економічного характеру.

Контент-аналіз публікацій про Україну в газеті «The Times of India» за 2017 р. показує, що можна виділити ціле коло тем, присвячених тим чи іншим

подіям у нашій державі. Нами було встановлено найпопулярнішу тематику у публікаціях авторитетного індійського видання щодо України, а саме:

1. Сільське господарство (51 стаття) – 11,9%,
2. Проблеми газопостачання (47 статей) – 10,9%,
3. Фінансова політика (43 статті) – 10%,
4. Міжнародне економічне співробітництво (41 стаття) – 9,7%,
5. Кібератака (39 статей) – 9%,
6. Міжнародна політика (37 статей) – 8,6%,
7. Українсько-російські відносини (35 статей) – 8,2%,
8. Крим (31 стаття) – 7,2%.
9. Події на Сході України (29 статей) – 6,8%,
10. Санкції проти Росії (24 статті) – 5,6%,
11. Спорт (21 стаття) – 4,9%,
12. Кіноіндустрія (10 статей) – 2,3%,
13. Міграційна політика (8 статей) – 1,9%,
14. Податкова політика (7 статей) – 1,6%,
15. Боротьба зі злочинністю (6 статей) – 1,4% (Рис. 2).

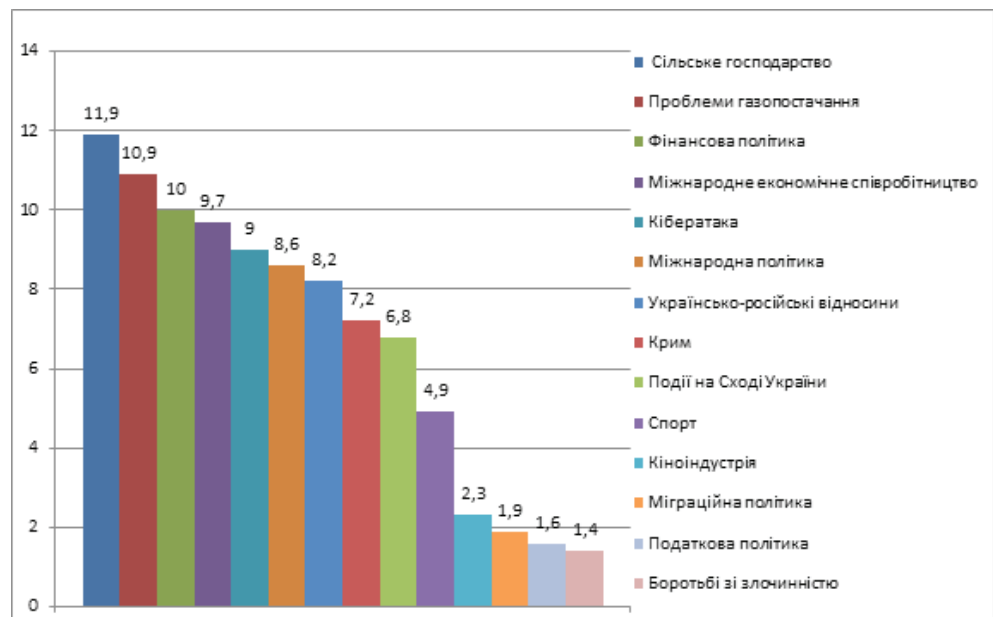


Рис. 2. Тематичний розподіл матеріалів про події в Україні на сторінках видання «The Times of India» за 2017 р.

За результатами контент-аналізу можна помітити, що політична проблематика, яка була привілейованою попередні роки на сторінках багатьох видань, у тому числі й досліджуваної нами газети, займає другорядні позиції. Найваж-

ливішою темою, яка широко представлена на шпальтах видання протягом досліджуваного періоду, є сільськогосподарська проблематика (51 стаття). Варто зазначити, що Україна займає перше місце з імпорту зернових та соняшникової олії в Індію, тому видання опікується проблемами посівної компанії в Україні (П. Політюк «Україна завершила посівну на близько 82% очікуваної площі», 10.05.2017). У 2017 р., як свідчать публікації, Індія залишається однією з найбільших країн-партнерів для України, зазначаючи, що «саме в цю країну вдалося найбільше наростити аграрний експорт» (П. Девіт «Росія на 2017/18 рр. демонструє рекордні показники щодо експорту пшениці, Україна – на 18% більше, ніж у минулому році», 17.06.2017). Значна кількість публікацій присвячена введенню карантинною службою Індії нових вимог до імпоротної пшениці, що відобразиться на темпах експорту пшениці в Індію з України (М. Бхардвадж «Імпорт пшениці в Індію сповільниться з березня у зв'язку зі зміною правил фумігації», 20.02.2017 р.).

Слід зазначити, що Україну на шпальтах видання дуже часто згадують у контексті проблем, пов'язаних із газопостачанням (47 матеріалів). Зокрема, журналісти активно обговорюють діяльність польської нафтогазової компанії «PGNiG», яка вважає «український напрям цікавим» і планує подвоїти результат поставок газу до нашої країни (А. Бартеско «Україна прагне приєднатися до Польщі у складному рішенні щодо газопроводу ЄС», 02.03.2017 р.). Опікуються журналісти і проблемами пов'язаними з реалізацією проекту «Nord Stream-2», який передбачає будівництво двох ниток газопроводу від узбережжя Росії через Балтійське море до Німеччини, що може негативно вплинути на газопостачання України (Е. Блер «ЄС має отримати більше російських гарантій щодо плану газопроводу», 26.06.2017 р.). На шпальтах газети аналізуються питання ціни на газ, зокрема в контексті пропозиції Україною МВФ нової формули розрахунку за газ, щоб уникнути значного зростання цін (П. Політюк «Прем'єр-міністр України не бачить причин для коригування ціни на газ, яку підтримує МВФ», 12.10.2017 р.).

43 матеріали у «The Times of India» за 2017 р. присвячені фінансовій політиці в Україні. На шпальтах газети обговорюються причини весняної інфляції, яка становила 1,3% через втрати, понесені внаслідок жорстких погодних умов (Н. Зенетс «Інфляція в Україні була високою», 03.03.2017 р.). Видання акцентує увагу на діяльності українських банків, зокрема під пильну увагу журналістів потрапив Приватбанк, який після націоналізації «потребує подальшого інвестування капіталу майже 38,5 млрд. грн., щоб залишитися на плаву» (О. Прінтек «Приватбанк України потребує 1,5 млрд. дол. додаткового капіталу», 21.06.2017 р.). Неодноразово впливове індійське видання актуалізує увагу на реформах, які проводяться в Україні, зокрема аналізує збільшення фінансування на проведення медичної реформи, «що є тестом для наближення України до більш тісних зв'язків з Європейським Союзом, подальше від Росії»

(М. Вільямс «Збільшення урядом України витрат на охорону здоров'я є результатом боротьби з корупцією», 25.10.2017 р.).

Впливове індійське видання не могло залишитися осторонь від проблем міжнародного економічного співробітництва (41 стаття). Зважаючи на те, що основним ринком збуту української сільськогосподарської продукції залишається ринок Азії, значна кількість публікацій присвячена економічним вітчизняним країнам-партнерам з Азії серед яких названо Індію, Іран та Туреччину (О. Прінтек «Тижневі українські спотові ціни на зерно/олію», 01.08.2017 р.). Тісне економічне співробітництво України з ЄС висвітлюється на шпальтах видання в контексті його розширення, що дозволить Україні експортувати більше промислових і сільськогосподарських товарів (Ф. Блінкінсон «ЄС дозволяє більше експорту товарів з України протягом трьох років», 17.07.2017 р.). Співробітництво України та Індії активно розвивається також у фармації, зокрема журналістами активно обговорюється питання отримання Індією сертифікату відповідності GMP від українського регулятора для своїх виробничих потужностей (П. Політюк «Panacea Biotec отримує сертифікат GMP від України для обладнання у Бадді», 17.10.2017 р.).

На шпальтах газети одне з визначальних місць займає питання найбільшої за всю історію кібератаки (39 статей), яка здійснювалася за допомогою модифікованої версії вірусу «WannaCry» – Petya.A, і від якої постраждали понад 100 компаній по всій Україні та ряд великих компаній по всій Європі (Дж. Стюбс «Вірус Ransomware потрапив на комп'ютерні сервери по всій Європі», 27.07.2017 р.).

Слід зазначити, що «The Times of India» за 2017 р. публікує переважно позитивні матеріали щодо міжнародної політики, спрямованої на підтримку України, які можуть сприяти формуванню потрібного Україні іміджу на світовій арені, залученню інвестицій та приверненню уваги міжнародної спільноти до нашої держави. Зокрема, часто на сторінках газети висвітлюються проблеми отримання Україною чергового кредитного траншу в рамках програми EFF від Міжнародного валютного фонду (М. Джонес «Україна очікує траншу МВФ», 05.07.2017 р.).

Ще однією типовою темою на шпальтах газети стали українсько-російські відносини (35 матеріалів). Стосунки між двома країнами аналізуються у декількох аспектах. По-перше, це фінансові відносини щодо виплат Україною боргу экс-президента країни В. Януковича Росії у розмірі 3 млрд. дол. (К. Строхекер «Росія вимагає від України 325 мільйонів доларів у справі про еврооблігації», 26.05.2017 р.). По-друге, журналісти видання опікуються газовими проблемами між українською державною енергетичною компанією «Нафтогаз» і російським газовим гігантом «Газпром» (П. Політюк «Україна готова вести переговори з «Газпромом» за межами Росії», 08.07.2017 р.). По-третє, українсько-російські відносини розглядаються впливовим індійським виданням через призму такої проблеми як анексія Криму (31 стаття). Слід зазначити,

що у багатьох випусках видання журналісти та редактори нагадують читачам про те, що Крим анексувала Росія у 2014 р., хоча більшість країн вважають півострів українським. Зокрема, найбільшого резонансу на сторінках газети «The Times of India» у 2017 р. набула інформація про те, що німецька компанія «Siemens AG» вживе усіх можливих юридичних заходів, щоб не допустити завезення виробів фірми у підсанкційний Крим, і не допустить незаконного використання обладнання, а саме не буде надавати ніяких поставок чи послуг для монтажу, підтримки роботи і гарантійного обслуговування (А. Рінке «“Siemens” вживає юридичних заходів щодо турбін у Криму», 10.07.2017 р.).

Не обходять увагою журналісти і події на Сході України (29 матеріалів). Автори публікацій щодо даної проблематики називають лідерів самопроголошених ЛНР і ДНР «сепаратистами» і засуджують загострення ситуації на сході країни (П. Політюк «Лідери сепаратистів у своїй спільній заяві назвали блокаду такою, що прямо суперечить духу і букві Мінських угод», 03.03.2017 р.).

У публікаціях індійського видання також зустрічаються матеріали стосовно введення рядом країн економічних санкцій проти Росії (24 статті). Зокрема, журналісти «The Times of India» констатують справедливість продовження ЄС економічних санкцій проти Росії через невиконання Мінської угоди (А. Остроух «Санкції продовжено», 23.07.2017 р.).

На шпальтах газети постійно висвітлюються результати спортивних змагань (21 стаття), співпраця України та Індії у кіноіндустрії (10 статей), податкова політика нашої держави (7 статей) та проблеми боротьби зі злочинністю в Україні (6 статей). Переважно публікації даного спрямування мають лояльні характеристики, за виключенням проблем вітчизняних трудових мігрантів, які фактично не працевлаштовуються за кордоном через офіційних посередників із дотриманням усіх вимог країни, де вони шукають роботу і через це мають негативні характеристики на шпальтах індійської газети (8 статей).

Таким чином, впливове англomовне видання «The Times of India» події, які відбуваються в Україні, висвітлює досить часто і надає їм переважно нейтрального забарвлення – 63%. Попри те, що у газеті найбільше нейтральних, збалансованих матеріалів, серед яких і передруки зі світових інформаційних агентств, образ нашої країни в індійському виданні переважно позитивний – 30%. Слід констатувати фактичну відсутність у виданні публікацій негативного та різко засуджуючого змісту (7%), що є свідченням того, що країни азійського континенту на прикладі індійського видання не втрачають інтерес до нашої країни і підтримують її, перш за все, як свого торгово-економічного партнера.

Серед тем, з якими у читачів «The Times of India» асоціювалася Україна: торговельні відносини України та Індії у контексті міжнародного економічного співробітництва, внутрішня політика нашої держави через призму фінансових та газових проблем, українсько-російські стосунки та політика західних країн стосовно Криму та економічних санкцій щодо Росії, результати хакерської атаки, спортивні події та ін. Примітно, що політичні події відійшли на задній план

і не так активно обговорюються на шпальтах газети, як це можна було помітити у попередні роки. Попри те, що індійське видання не бачить інформаційного приводу акцентувати увагу на внутрішньополітичних подіях української держави, її імідж формується в суспільно-економічному ключі, залишаючись привабливим для індійської медійної аудиторії.

Політична ситуація всередині країни, агресія Росії та військові дії на Сході, безперечно, залишаються актуальними для України і нам би хотілося бачити ґрунтовні аналітичні матеріали щодо даних подій на шпальтах впливового індійського видання у позитивному ключі. Адже позитивний імідж нашої країни в азійській пресі може принести свої плоди в політичному аспекті (сприяння демократизації, заохочення європеїзації, партнерство та ін.), в економічному аспекті (валютні позики, створення спільних підприємств та умов для іноземного інвестування тощо), а також в психологічному аспекті (більш об'єктивне висвітлення подій, зацікавлення азійської аудиторії Україною).

*Висновки.* Слід сказати, що «The Times of India» – це одне з якісних індійських видань, яке впливає не лише на формування громадської думки, але й на процес прийняття рішень представниками різних щаблів індійської влади. Тому представлення на шпальтах цієї газети незаангажованої інформації сприяє поліпшенню іміджу України у світі. Однак, незначна кількість позитивних відгуків на підтримку внутрішньої та зовнішньої політики української влади залишається проблемою, яку можна вирішити лише в тому випадку, якщо вдасться знайти дієві методи роботи зі світовими ЗМІ з метою формування їх позитивної думки про Україну, зокрема регулярно запрошувати іноземних експертів, радників керівників держав і журналістів в Україну, влаштовувати їм зустрічі з політиками, третім сектором, медійниками, щоб у них склалася адекватна картина подій, що відбуваються у нашій державі.

Вважаємо наше дослідження лише постановкою актуальної проблеми, розвиток наукового її вивчення має полягати у подальшому багатоаспектному та комплексному аналізі іміджевих характеристик України на сторінках зарубіжних видань, оскільки імідж країни часто залежить від образу, створеного іноземними ЗМІ. Перспективи подальших досліджень обраної проблеми автор статті вбачає в тому, щоб за допомогою контент-аналізу впливових зарубіжних видань виявляти та знаходити шляхи подолання негативних тенденцій щодо формування образу нашої держави у світовому медійному просторі.

### **Список використаних джерел**

1. *Бутирський О.* Україна у дзеркалі західних ЗМІ / О. Бутирський // Електрон. б-ка Ін-ту журналістики. – Електрон. дан. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1878> (дата звернення: 23.14.2018 р.). – Загол. з екрана.
2. *Гурковський В. І.* Захист іміджу Української держави в умовах інформаційної глобалізації / В. І. Гурковський // Держ. упр.: теорія та практика. – 2012. – № 2. – Електрон. аналог друк. вид. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Dutp\\_2012\\_2\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Dutp_2012_2_11) (дата звернення: 23.04.2018 р.). – Загол. з екрана.
3. *Филатова И. М.* Печатная и онлайн-версии газеты «Таймс оф Индия» как наиболее успешный пример использования возможностей конвергенции на медиарынке Индии / И. М. Филатов // Медиаскоп. –



2011. – Вып. 2. – Электрон. аналог друк. вид. – Режим доступу: <http://www.mediascope.ru/node/828> (дата звернення: 23.04.2018 р.). – Загол. з екрана.
4. The Times of India. – Электрон. дан. – Режим доступу: <http://timesofindia.indiatimes.com/> (дата звернення: 23.04.2018 р.). – Загол. з екрана.

## References

- [1] Butyrskyy O. Ukrayina u dzerkali zakhidnykh ZMI [Ukraine in the mirror of the Western media]. *Електронна бібліотека Інституту журналістики [Elektrona biblioteka Instytutu zhurnalistyky]*. Aviable at: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1878>.
- [2] Hurkovskyy V. I. Zakhyst imidzhu Ukrayinskoyi derzhavy v umovakh informatsynoyi hlobalizatsiyi [Protection of the image of the Ukrainian state in conditions of information globalization]. *Державне управління: теорія та практика [Derzhavne upravlinnya: teoriya ta praktyka]*. 2012, no 2. Aviable at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Dutp\\_2012\\_2\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Dutp_2012_2_11).
- [3] Filatova I. M. Pechatnaja i onlajnovaja versii gazety «Tajms of India» kak naibolee uspesnyj primer ispolzovaniya vozmozhnostej konvergencii na mediarynke Indii [Printed and online versions of the «The Times of India» as the most successful example of convergence opportunities in the media market of India]. *Медиа-скоп [Medyaskop]*. 2011, no 2. Aviable at: <http://www.mediascope.ru/node/828>.
- [4] Zy tayms of Yndyya [The Times of India]. Aviable at: <http://timesofindia.indiatimes.com/>.

Надійшла 05.11.2017 р.

### С. Н. Полевик,

кандидат наук по социальным коммуникациям,  
научный сотрудник Фонда Президентов Украины  
Национальной библиотеки Украины имени В. И. Вернадского  
ул. Владимирская, 62, г. Киев, 01033, Украина  
тел.: (044) 288 14 13  
e-mail: [spol@bigmir.net](mailto:spol@bigmir.net)

## ОБРАЗ УКРАИНЫ В МИРЕ: АНАЛИЗ АЗИАТСКИХ СМИ

В этом исследовании рассматривается образ Украины, сформировавшийся в медийном пространстве влиятельного издания Индии «The Times of India» в 2017 г. Сделан вывод о том, что улучшение имиджа Украины возможно только в том случае, если удастся найти действенные методы работы с мировыми средствами массовой коммуникации в целях формирования их положительного мнения об Украине.

**Ключевые слова:** образ Украины, «The Times of India», контент-анализ.

**S. M. Polovyk,**

Candidate of Science of Social Communications,  
Research Associate of the Presidents of Ukraine Fund  
V. I. Vernadsky National Library of Ukraine  
62 Vladimirska St., Kyiv, 01033, Ukraine  
tel: (044) 288 14 13  
e-mail: spol@bigmir.net

## **IMAGE OF UKRAINE IN THE WORLD: ANALYSIS OF ASIAN MEDIA**

### **Summary**

This exploration examines the image of Ukraine that emerged in the media space of India's most influential edition of «The Times of India» in 2017. During the research, such categories of analysis were developed: «quantitative indicators of publications about Ukraine», «topics of materials», «tonality of publications». Among the topics that Ukraine's readers associated with «The Times of India»: trade relations between Ukraine and India in the context of international economic cooperation, the domestic policy of our state through the prism of financial and gas problems, Ukrainian-Russian relations and the policy of Western countries in relation to the Crimea and economic sanctions against Russia. The Indian publication does not see an information reason to focus attention on the internal political events of the Ukrainian state, its image is formed in society but economic manner, while remaining attractive to Indian media audiences. «The Times of India» publication of the events that take place in Ukraine, illuminates quite often and gives them a predominantly neutral color. However, a small amount of positive feedback in support of the domestic and foreign policies of the Ukrainian government remains a problem that can only be solved if it is possible to find effective methods of working with the world media in order to form their positive opinion about Ukraine, in particular, regularly invite foreign experts, advisers to heads of state and journalists in Ukraine, to arrange meetings with politicians, the third sector, journalists, so that they have an adequate picture of what is happening in our country state. It should be noted that there is no negative and sharply condemning content in the publication of publications, which is an indication that the countries of the Asian continent, on the example of the Indian edition, do not lose interest in our country and support it primarily as their trade and economic partner. The conclusion is that improvement of the image of Ukraine is possible only if one can find effective methods of working with world mass media communication in order to form their positive opinion about Ukraine.

**Keywords:** image of Ukraine, «The Times of India», content-analysis.