

Національний університет "Острозька академія"  
Навчально-науковий інститут лінгвістики  
Кафедра комп'ютерної лінгвістики

## Кваліфікаційна робота

магістра  
на тему:

### ОБРАЗ УКРАЇНСЬКОГО ВІЙСЬКОВОГО В АНГЛОМОВНИХ ЗМІ

Виконала студентка 2 курсу, групи МКЛ-2  
спеціальності: 035 Філологія  
спеціалізації:  
035.10 Прикладна лінгвістика  
Малоштан А. С.  
Керівник: кандидат філологічних наук, доцент  
Поліщук В. Л.

Рецензент \_\_\_\_\_  
(прізвище та ініціали)

Роботу розглянуто і допущено до захисту  
на засіданні кафедри комп'ютерної лінгвістики  
протокол №\_\_\_ від “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 2024 р.  
Зав.кафедри \_\_\_\_\_ Леся КОЦЮК

Острог, 2024

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ОБ’ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНОГО АНАЛІЗУ .....	6
1.1. Поняття образу та його роль у медіа .....	6
1.1.1. Визначення поняття «медіаобраз» .....	6
1.1.2. Психолінгвістичні аспекти формування образу .....	13
1.2. Вплив ЗМІ на формування громадської думки .....	17
1.2.1. Пропагандистська функція медіа .....	17
1.2.2. Механізми створення стереотипів у медіа .....	24
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ УКРАЇНСЬКОГО ВІЙСЬКОВОГО В БРИТАНСЬКИХ ЗМІ.....	29
2.1. Основні тенденції висвітлення війни в Україні британськими ЗМІ .....	29
2.2. Лексичні та стилістичні засоби створення образу українського військового .	32
2.3. Аналіз позитивних та негативних рис у медійному образі .....	34
РОЗДІЛ 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗУ УКРАЇНСЬКОГО ВІЙСЬКОВОГО В АМЕРИКАНСЬКИХ ЗМІ .....	41
3.1. Ключові видання та їхній підхід до висвітлення війни в Україні .....	41
3.2. Мовностилістичний аналіз текстів про українських військових .....	43
3.3. Образ військового у порівнянні з іншими ключовими образами війни .....	63
3.4. Відмінності у висвітленні українських військових в американських та британських ЗМІ .....	64
ВИСНОВКИ .....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	72

## ВСТУП

Сучасний медійний простір відіграє значну роль у формуванні суспільної думки, конструюванні національних ідентичностей та відображенні ключових подій, що впливають на глобальну політику та культуру. У часи військових конфліктів, таких як війна в Україні, засоби масової інформації стають одним із найпотужніших інструментів для формування наративів, створення стереотипів та впливу на аудиторію.

Одним із важливих елементів висвітлення війни є образ військового, який стає символом не лише конкретної армії чи держави, але й уособленням боротьби, стійкості та національної ідентичності. В англomовних ЗМІ, особливо британських та американських, образ українського військового є предметом значної уваги. Його формування базується на поєднанні лексичних, стилістичних та жанрових засобів, які відображають не лише військову стійкість України, але й її місце у глобальному контексті.

*Актуальність* цієї роботи полягає у необхідності вивчення того, як міжнародні медіа формують уявлення про Україну та її захисників, а також яким чином ці наративи впливають на громадську думку, політичні рішення та міжнародну підтримку. Дослідження зосереджене на аналізі ключових аспектів, що стосуються створення медіаобразу українського військового в англomовному просторі, зокрема в британських та американських виданнях.

*Метою* роботи є дослідження специфіки формування образу українського військового в англomовних ЗМІ та аналіз лексико-стилістичних засобів, які використовуються для створення цього образу.

Основними завданнями роботи є:

- визначення поняття медіаобразу та його ролі у засобах масової інформації;
- дослідження лексико-стилістичних засобів формування образу українського військового в британських та американських засобах мас-медіа;
- порівняння відмінностей у висвітленні цього образу в британських та американських медіа.

**Об'єктом дослідження** є образ українського військового сформований у медійних текстах американських та британських ЗМІ.

**Предметом дослідження** є лексико-стилістичні засоби та особливості формування образу українського військового у текстах англомовних ЗМІ та їхній вплив на сприйняття аудиторією.

У рамках дослідження були застосовані такі основні **методи дослідження**:

**Описовий метод.** Використовувався для узагальнення теоретичних положень щодо поняття образу, його формування в медіа та впливу на громадську думку. Він допоміг систематизувати попередні дослідження з медіалінгвістики та психолінгвістики.

**Контент-аналіз.** Дозволив вивчити тексти британських і американських ЗМІ, зокрема частоту вживання ключових термінів, риторичних прийомів та емоційно забарвленої лексики.

**Лексико-стилістичний аналіз.** Цей метод застосовувався для виявлення мовних і стилістичних засобів (метафор, епітетів, порівнянь тощо), які сприяють формуванню образу українського військового.

**Порівняльний аналіз.** Використовувався для визначення відмінностей і спільних рис у висвітленні українських військових британськими та американськими ЗМІ.

**Психолінгвістичний метод.** Аналізував вплив медійного контенту на емоційні та когнітивні реакції аудиторії, акцентуючи увагу на формуванні позитивних або негативних уявлень.

**Метод дискурсивного аналізу.** Дозволив вивчити структуру текстів, тематичні акценти та ідеологічні посили в медійних матеріалах.

Ці методи забезпечили комплексний аналіз медійного образу українського військового, враховуючи мовні, стилістичні та соціокультурні аспекти.

**Матеріалом дослідження** слугують тексти з британської газети Daily Express та американської газети The Washington Post в період з 23.11.23-24.02.24.

**Наукова новизна** роботи полягає у комплексному аналізі образу українського військового в англомовних ЗМІ, зокрема у вивченні лексичних, стилістичних та

психолінгвістичних засобів його формування. Уперше проведено порівняння підходів британських і американських медіа до висвітлення цієї тематики, що дозволяє виявити специфіку медіадискурсу та його вплив на міжнародну аудиторію.

**Практична значущість** роботи полягає у використанні результатів для підвищення медіаграмотності, створення інформаційних стратегій та навчальних матеріалів у сфері журналістики, лінгвістики та медіакомунікацій. Результати можуть слугувати основою для подальших досліджень у галузі медіалінгвістики та ефективного представлення українських військових у міжнародному інформаційному просторі.

**Апробація результатів** дослідження здійснювалася через публікацію статті на науковому блозі Національного університету «Острозька академія». Основні положення роботи були представлені на Всеукраїнській науково-практичній студентській інтернет-конференції «Лінгвосоціокультурні аспекти комунікації» ( м. Острог, 21 березня 2024 р.).

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів та із висновками до кожного пункту розділу, висновків, списку використаної літератури (88 позиції). До першого розділу входить 4 підрозділи. Другий розділ складається з 3-х підрозділів та 3-й розділ складається з 4-х підрозділів. Загальний обсяг роботи становить 80 сторінок. Основний текст дослідження подано на 7-68 сторінках.

## РОЗДІЛ 1

### ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНОГО АНАЛІЗУ

#### 1.1. Поняття образу та його роль у медіа

##### 1.1.1. Визначення поняття «медіаобраз»

Медіаобраз є складною конструкцією, що формується через різні канали комунікації та взаємодію між медіа, аудиторією та соціокультурними контекстами. Проте, щоб визначити, що таке «медіаобраз», спочатку потрібно дослідити поняття «образ».

На сучасному етапі розвитку людства, коли сприйняття реальності індивідами частково відбувається через призму віртуального середовища, набуває нового осмислення й традиційне розуміння поняття «образ» [30, 86].

Поняття «образ» різняться в залежності від галузі науки, в якій воно досліджується. Загалом існують філософський, психологічний, художній, мистецький, публіцистичний, історичний, медійний та інші види образів [35, 568].

Теоретичну базу для наукового осмислення поняття «образ» заклала саме філософія. Перші спроби розвідок з цієї теми датуються ще давнім античним періодом. Етимологічно термін «образ» має грецьке коріння і походить від слова «εἶδος», що спершу використовувався на позначення чогось реального й зримого, а потім набув ширшого, абстрактного значення – образу об'єкта, ідеї або уявлення [21, 23], тобто певної мисленнєвої «форми відображення й освоєння людиною зовнішнього світу» [45, 135].

Послідовники філософської теорії вважають, що поняття «образ» зародилося ще в часи Античності, й пов'язують його із науковою діяльністю філософа Платона. У діалозі «Кратил» Платон зауважує, що столяр, який створює новий човник замість розколотого, потребує його початкового образу. Платоном була закладена традиція розуміння образу як зразка – тобто праобразу, який може мати як духовну, так і матеріальну природу [10, 15].

Починаючи з античних часів проблемою образності займалася ціла плеяда мислителів і вчених у філософії (Парменід, Ксенофонт, Платон, Арістотель, Секст Емпірик, Августин Аврелій, І. Кант, В. фон Гумбольдт, Б. Рассел та ін.), літературознавстві (М.М. Бахтін, П.В. Палієвський, В.В. Кожин, В.М. Жирмунський, Б.В. Томашевський, І.Ф. Волков, М.Б. Храпченко, О.Л. Лосєв, О.А. Галич, М.Х. Коцюбинська, Р. Уеллек, О. Уоррен та ін.), лінгвістиці (О.А. Потебня, М.М. Бахтін, В.В. Виноградов, С.М. Мезенін, В.А. Маслова, О.М. Мороховський та ін.).

Вперше поняття «образ» розглядалося ще античними філософами, які неоднозначно трактували це поняття: одні – як зовнішній вигляд, обриси предмета, інші – як копію об'єкта реального світу. Пізніше, в класичній німецькій філософії, образ визначали, як основну форму пізнання, освоєння та відображення дійсності [58, 265].

Джорджа Лакофф стверджує: «Образ є варіантом концепту. В образах фіксуються відомості про предмети, події, процеси. Образ може мати також програму дій, елементом якої є узагальнення, поняття. Редуковані, розмиті образи, що виникають на поверхні свідомості, є реакцією на вирази, які містять натяк на них у вигляді внутрішньої форми» [79, 154].

Приходько І. В. вважає, що образ – це складна та багатоаспектна естетична категорія, яка є ключовою для цілого ряду гуманітарних дисциплін (філософії, лінгвістики та літературознавства, психології, фольклористики та ін.) і в кожній із них поняття та визначення цієї категорії різняться [45, 256].

На думку зарубіжних вчених Ш. Вледушеску, Ч. Пісоя і А. Трайстару, образ, який існує у свідомості індивіда, насправді є результатом сприйняття цієї людиною певного соціального об'єкта. Він формується на основі конкретних характеристик індивідуума, таких як вік, стать, релігія, рівень освіти і культури [83, 238].

Термін «образ» є дуже багатограним, а тому кожен науковець тлумачить його по-різному. «Образ», за визначенням Глазюк Л.М., це суб'єктивна духовно-психічна реальність, що виникає у внутрішньому світі людини, в акті сприйняття

нею будь-якої реальності у процесі контакту із зовнішнім світом - у першу чергу, хоча існують, природно, образи фантазії, уяви, сновидінь, галюцинацій і т.п., що відображають якісь суб'єктивні (внутрішні) реальності [13, 20].

Теоретик журналістики, професор В. Здоровега описує образ як «репродуковану в уявленні, емоційно окрашену, предметно виражену (тобто чуттєво-наочну) елементарну одиницю відображення дійсності» [27].

У лінгвістиці поняття «образ» приймається суміжне з ним – «мовний образ». Сучасна термінологія говорить, що мовний образ – це комплексне відображення елементу дійсності засобами мов, вербальні відповідники ментальних образів певних предметів, абстракцій чи явищ, що формуються на основі національних концептуально-структурних канонів і лексичносемантичних особливостей відповідної мовної системи [ 37, 8 ].

З точки зору семіотики, образ є символічною структурою, що апелює до людських цінностей та поглядів. Е. Сапір розрізняє два типи символів: довідковий та стислий. Перший передбачає використання лексичних засобів для довідкових, реферативних цілей; друга група передбачає надзвичайно стислу форму вираження чогось, що дозволяє повністю зняти емоційну напругу, зроблену свідомо чи несвідомо [85, 494].

А. Загнітко у «Словнику сучасної лінгвістики» [24, 307] трактує поняття «образ», як:

1. результат вияву свідомістю реального об'єкта. Вираження думки за допомогою художніх засобів – метафор, порівнянь, епітетів, метонімії, гіпербол і под. У загальнопоняттєвому змісті індивідуальне подання того чи того образу залежить від особистості суб'єкта і від його національно-культурних та соціально-мовних традицій, що усталилися в суспільстві;

2. особлива форма естетичного освоєння світу, що відтворює його предметно-чуттєвий характер, його цілісність, життєвість, конкретність – на відміну від наукового пізнання, що подається у формі абстрактних понять;

3. персонаж у художньому творі;

4. те саме, що й риторична фігура або троп;



5. узагальнене художнє відображення дійсності, що набуло форми конкретного індивідуального явища; словесний опис явищ дійсності як засіб вираження художньої ідеї (коли на усталений смисл слова, словосполучення, висловлення «нарощується» додатковий смисл – моральна, етична, релігійна чи інша ідея).

За академічним тлумачним «Словником української мови», термін «образ» має декілька значень:

1. Зовнішній вигляд кого-, чого-небудь (вигляд кого-, чого-небудь, відтворений у свідомості, пам'яті або створений уявою; подоба, копія кого-, чого-небудь.);

2. Специфічна для літератури і мистецтва конкретно-чуттєва форма відображення дійсності;

3. Зображення якого-небудь явища через інше, конкретніше або яскравіше за допомогою мовного звороту, переносного вживання слова і т. ін.

4. Те, що вимальовується, постає в чий-небудь уяві;

5. Зображення зовнішнього вигляду кого-, чого-небудь (про портрет, фотографію, скульптуру і т. ін.);

6. Відображення в свідомості явищ об'єктивної дійсності; [1, 276]

Образ держави стає вагомим елементом як внутрішньої політики (легітимація політичної влади), так й інструментом реалізації (чи підтримки) національного інтересу в міжнародному середовищі.

Образ країни впливає на її політичні та економічні можливості, міжнародне становище, здатність впливати на інші країни, а також є одним із ресурсів внутрішньої та зовнішньої політики. Ефективний імідж країни – ефективна стратегія розвитку та посилення конкурентоспроможності. Також важлива ідентифікація бренду країни, позитивна та впізнавана самотність.

Вперше термін «образ держави» було застосовано під час холодної війни. К. Боулдинг вживав дане поняття для того, щоб пояснити причини ворожості держав. Він же дослідив «існування національних образів «інших» держав у міжнародній системі» [65, 287].

Із середини 2000-х років інтерес дослідників переключився з категорії публіцистичного образу на образ медійний [9, 82].

Медіаобраз є важливою частиною стратегії країни в міжнародних відносинах і в її бажанні сприяти позитивному розвитку та співпраці з іншими країнами світу [30, 51].

В Україні тему медіаобразу країни розкривали: дослідниця Н. Габар, політолог Олександр Бойко, журналістикознавець Ігор РоМихайлин, доктор наук Володимир Гурковський.

А. Волик стверджує, що медіаобраз є багатовимірним поняттям, яке розуміють як вторинну модель об'єкта реальності, що сконструйована за допомогою відображення в засобах масової інформації характерних ознак предмета, явища або особи. Представлення медіаобразу у ЗМІ є однією з ланок у процесі конструювання цілісного образу об'єкта в свідомості громадськості, який формується шляхом співвіднесення і об'єднання результатів діяльності окремих суб'єктів журналістської творчості [9, 82-83].

Канадський філософ Маршал Маклюен вважає, що медіаобраз транслюється через медіа, та існує в масовій комунікації в таких формах, як у сфері освіти, релігії, пропаганди, в масовій культурі, масових акціях, рекламі [81, 254].

Я. Пархоменко у статті «Публіцистична складова медійного образу» розглядає поняття медійного образу та публіцистичного образу, як взаємопов'язані компоненти, зазначаючи, що «особливо значущий компонент в структурі медійного образу пропонується виділити той, який найбільшою мірою відповідає за процес формування громадської думки. Таким компонентом є публіцистична складова або публіцистичний образ. Формується вона за допомогою приписування деякому конкретному фрагменту реальності морально-етичної оцінки в процесі визначення його соціокультурної значущості і впливу» [41, 23].

Козиряцька С. зазначає, що на сучасному етапі розвитку медіаіндустрія пропонує широкий спектр засобів творення медіаобразів. Основними інструментами формування медіаобразу на її думку можна вважати: соціальні мережі, онлайн-ЗМІ,

традиційні друковані видання, радіо, кіно, телебачення, передвиборчу агітацію, рекламу [30, 52].

Якщо звернутися до англomовних словників, до прикладу таких, як Cambridge Dictionary, то «медіаобраз»- це «Someone's image is the idea that other people have of that person, esp. an idea created by advertising and by newspaper and television stories.» [61].

Інший англomовний словник Longman вважає, що «медіаобраз» це «the image that many people have of someone or something»[63].

У англomовному науковому дискурсі, як відповідник українського терміну «медіаобраз» найчастіше вживають словосполучення «media image», зміст якого в свою чергу позначає «спродуковані засобами масової інформації медійні образи, враження та погляди на людей або події» [64, 193].

Дослідниця Чаплінська Ю. С. вважає, що у моделі медіаобразу поєднано два основні параметри – суб'єктивний і соціальний. Суб'єктивні ознаки вказують на ті характеристики, які має демонструвати медіаперсона для того, щоб викликати зацікавленість та прихильність у медіаспоживачів; соціальні ознаки є чинниками того, що люди прагнуть перетворити соціальну інтеракцію в соціальні стосунки (пронгвану і більш глибоку емоційну взаємодію) [57, 38].

Розгляньмо детально складники цих ознак.

1. Суб'єктивні вимоги:

а) внутрішні характеристики: інтелект, гумор, доброзичливість, щирість та надійність, чесність, повага до інших, позитивність, екстравертованість та певною мірою агресивність (несамовитість);

б) зовнішні характеристики: демонстрація атрибутів успіху та багатства (наявність дорогих брендів та коштовних речей, розкішної нерухомості); регулярна зміна локацій та чекінів; виражена сексуальність та зовнішня привабливість;

в) поведінково-комунікативні характеристики: обговорення гострих тем; розкриття широкому загалові інформації, що стосується особистого життя; регулярне поповнення та оновлення сторінок у соціальних мережах; яскравість,

цікавість, новизна, достовірність, наочність та узгодженість наданої медіаспоживачам інформації; ініціювання різноманітних акцій у соціальних мережах, створення нових хештегів.

## 2. Парасоціальні (соціальні) вимоги:

а) формування почуття прихильності, дружності (коли медіаспоживачі сприймають медіаперсонаж як друга чи хорошого знайомого, тобто людину з плоти і крові, якій вони довіряють);

б) наявність почуття близькості та інтимності (коли користувачі відчують кожний сеанс взаємодії з медіаперсоною як соціальну зустріч (хоча вона такою не є), результатом якої є глибоке почуття взаємної обізнаності, конфіденційності, уваги та емоційного зв'язку);

в) відчуття належності (коли медіаспоживач прагне бути частиною великої референтної групи людей, таких самих як і він, що поділяють його симпатії щодо конкретної медіаперсони);

г) готовність до наслідування медіаперсони та ідентифікації з нею (коли людина хоче бути схожою на улюблену медіаперсону, копіюючи її на рівні зовнішності і поведінки);

д) поділяння цінностей із медіаперсоною (для формування глибоких почуттів до медіаперсони медіаспоживач має знайти певні точки дотику; відчуті, що медійний симулякр такий самий, як і він; сформувати ілюзію поділяння думок, почуттів та цінностей) [57, 29].

Загалом, медіаобраз у будь-якому випадку складається з двох груп властивостей: реальні характеристики об'єкта та характеристики бажані, які насправді відсутні, але можуть бути продемонстровані завдяки спеціальним технологіям. При цьому не можна залишити поза увагою харизму (якщо мова йде про людину) як підґрунтя для створення успішного образу. Відзначимо також, що можна говорити про харизму природну і харизму штучну [30, 51].

Важливо зазначити, що сучасний світ заснований на інформації, і медіа мають значення не тільки для країн, а й для глобальної спільноти. Кожна країна стежить за своїм медіаобразом, оскільки він може впливати на її міжнародні

відносини, економічний розвиток, політичну стабільність і культурний обмін [9, 78].

Отже, медіаобраз є складною та багатовимірною категорією, що формується через різні комунікаційні канали та соціокультурні контексти. Він відображає як реальні характеристики об'єкта, так і бажані, часто створювані через медіатехнології. Важливим елементом медіаобразу є взаємодія з аудиторією, що впливає на формування громадської думки та емоційну прив'язаність до медіаперсони. Таким чином, медіаобраз має значний вплив на соціальні взаємодії та сприйняття реальності в сучасному суспільстві. Психолінгвістичні аспекти формування образу.

### **1.1.2. Психолінгвістичні аспекти формування образу**

Психолінгвістика – це науковий напрям, що зародився на перетині двох наук – психології й лінгвістики (мовознавства) – з метою вивчення мовленнєвої діяльності людини (дитини), починаючи з етапу породження мовленнєвого висловлювання (мовлення) і закінчуючи результатом – фактом сприймання мовленнєвої продукції [29, 33].

Психолінгвістика також досліджує, як інтерпретуються мовні повідомлення. Люди не просто отримують інформацію з тексту чи мовлення, а активно її інтерпретують на основі своїх попередніх уявлень і культурного контексту. Кожен слухач чи читач має власний набір асоціацій та досвіду, через який він проходить при сприйнятті образів [15, 67].

Психолінгвістичні аспекти формування образу стосуються того, як мова впливає на сприйняття світу, як ми створюємо та інтерпретуємо образи в свідомості за допомогою мови, а також як ці образи можуть бути сформовані в комунікаційних процесах. Мова є не лише інструментом для передачі інформації, але й важливим механізмом для конструювання образів, у тому числі образів людей, подій, ситуацій чи навіть абстрактних концептів [45, 34].

Мова не просто відображає реальність, але й активно формує її, сприяючи створенню певних образів у свідомості слухача чи читача. Образ — це не тільки

візуальна чи емоційна картина, що виникає у свідомості людини, а й когнітивна структура, яка формується через взаємодію з навколишнім світом через мову [30, 54].

Конструювання реальності через мовні форми: Мовні одиниці (слова, вирази, фразеологізми) активно конструюють наші уявлення про навколишній світ. Наприклад, спосіб, яким подається інформація про події або людей, може змінити сприйняття цих подій чи осіб.

Психолог Чарльз Осгуд у 1954 р. запропонував таке визначення психолінгвістики: «Психолінгвістика – це наука, яка вивчає процеси кодування й декодування мовленнєвого повідомлення» [84, 79].

В сучасній психолінгвістиці використовуються важливі для методики розвитку мовлення поняття – психолінгвістичні одиниці, зіставлені з мовленнєвою діяльністю особистості; по суті це “мовленнєві операції” і “мовленнєві дії” [47, 85].

Вплив засобів масової інформації на формування образів є одним із ключових аспектів соціальної та політичної діяльності, оскільки медіа мають здатність не лише інформувати, але й активно формувати переконання, ставлення та поведінку людей. Через медіа суспільство отримує більшість своїх уявлень про події, політику, культуру, науку та соціальні явища [67, 45].

Психолінгвістичні аспекти формування образу зосереджуються на тому, як мова та комунікація впливають на формування уявлень, сприйняття та образів у свідомості читача або слухача. Мова є основним інструментом, через який ми формуємо, сприймаємо і передаємо образи з навколишнього світу. В свою чергу психолінгвістика вивчає, як мовні одиниці, такі як слова, фрази, метафори, інтонація, тощо, впливають на створення образів, а також як різні когнітивні механізми обробляють ці мовні вирази для побудови уявлень [34, 79].

1. Мовні образи і когнітивні структури: психолінгвістика досліджує, як мова формує наші когнітивні структури — це уявлення, категорії та образи, які ми створюємо в процесі сприйняття світу. Мовні одиниці (наприклад, слова чи вирази) виступають своєрідними каталізаторами для формування образів у свідомості.

- Категоризація: Коли ми слухаємо або читаємо текст, ми автоматично використовуємо знання про слова та їх значення для організації і категоризації інформації. Слова можуть викликати певні уявлення про предмети, явища чи людей, що формують наш образ про них.

- Просторова і часова організація: Мова дозволяє структурувати і організувати просторові і часові уявлення, що є важливими компонентами образів. Наприклад, вирази типу "погляд на горизонті" або "йти через час" допомагають створювати конкретні просторово-часові образи.

## 2. Метафори та образність в мові

Мова використовує метафори, аналогії та інші засоби образотворчості для створення яскравих, багатозначних уявлень. Психолінгвістика вивчає, як ці образи впливають на сприйняття і розуміння реальності.

- Метафора: Метафори можуть переносити значення з однієї сфери на іншу, створюючи нові образи і асоціації. Наприклад, вираз "мандрівка життя" переносить просторове поняття "мандрівка" на абстрактну концепцію "життя", таким чином формуючи специфічний образ життя як подорожі, з перешкодами, виборами і напрямками.

- Асоціативні мережі: Мова формує асоціативні зв'язки між словами, що в свою чергу формує мережу образів. Наприклад, слова "світло" і "надія" можуть бути пов'язані через позитивні емоції, що створює в уяві певний образ надії як джерела світла в темряві.

## 3. Мовні стратегії формування образу

Мовні стратегії, зокрема вибір лексики, граматики і синтаксису, можуть суттєво впливати на створення і сприйняття образів.

- Семантичний контекст: Слово в різних контекстах може викликати різні образи. Наприклад, слово "молоко" в контексті "свіже молоко" може викликати образ здорової їжі, в той час як у виразі "молочний камінь" — інший образ, що пов'язаний з медичними або геологічними асоціаціями.

- Інтонація і акценти: Інтонація, голосові акценти та паузи, з якими ми вимовляємо слова, також грають роль у формуванні образів. Наприклад, підвищена

інтонація може додати емоційності образу, а спокійна — підкреслити його серйозність.

#### 4. Психологічні механізми сприйняття образів

Образи в мові викликають не тільки когнітивні, але й емоційні реакції, які залежать від індивідуального досвіду і культурних контекстів.

- Емоційна реакція на слова: Психолінгвістичні дослідження показують, що слова можуть викликати різні емоції в залежності від їх змісту та контексту. Наприклад, слово "друзі" може викликати позитивні емоції, тоді як "вороги" — негативні. Ці емоції впливають на загальний образ, який формує інтерпретація мовного повідомлення.

- Культурні відмінності: Культурні контексти можуть змінювати значення слів і образів. Для одних людей слово "свобода" може асоціюватися з можливістю вибору, для інших — з відсутністю обмежень. Такі відмінності можуть значно впливати на сприйняття образів в залежності від культурних і соціальних умов.

#### 5. Стереотипи та образи в комунікації

Мовні стратегії також можуть використовуватись для формування і підтримки стереотипів. Це стосується як мовного вираження стереотипних образів (наприклад, певних характеристик національностей чи соціальних груп), так і того, як мова закріплює певні соціальні чи культурні норми.

- Лексика і стереотипи: Вибір слів і фраз може активно формувати стереотипні образи. Наприклад, фрази, що використовують категорії "успішні люди" або "небезпечні райони", сприяють формуванню конкретних образів, часто спрощених або однозначних, у свідомості слухача.

- Пропаганда і маніпуляція: Мовні засоби можуть бути використані для маніпулювання образами і створення певних уявлень. Пропагандистські меседжі часто використовують емоційно забарвлену лексику і метафори для формування бажаних образів у свідомості аудиторії [25, 45].

Отже, у психолінгвістичні аспекти формування образу досліджують, як мова впливає на сприйняття та створення образів у свідомості людини. Мова не



лише організовує інформацію, а й формує когнітивні структури, викликаючи уявлення через категоризацію, метафори та асоціативні зв'язки. Важливими є мовні стратегії, такі як вибір лексики та інтонації, які можуть змінювати сприйняття образів. Психологічні механізми, зокрема емоційні реакції та культурні контексти, також грають роль у цьому процесі. Мова може сприяти формуванню стереотипів і маніпулюванню образами, що активно використовують у пропаганді та комунікації.

## **1.2. Вплив ЗМІ на формування громадської думки**

### **1.2.1. Пропагандистська функція медіа**

Засоби масової інформації виконують ключову роль у формуванні громадської думки через кілька основних механізмів. По перше, ЗМІ є основним джерелом інформації для більшості людей. Вибір теми, акценти на певних питаннях та інтерпретація подій, що подаються, можуть суттєво вплинути на сприйняття громадськістю актуальних проблем. Громадська думка є сукупністю поглядів, оцінок і ставлень, які складаються у суспільстві щодо певних соціальних, політичних та економічних явищ. Це явище не є статичним; воно підлягає зміні під впливом різних факторів, зокрема ЗМІ.

Для того, щоб визначити як ЗМІ впливають на формування громадської думки, спочатку потрібно розібрати, що таке ЗМІ та громадська думка. ЗМІ (Засоби Масової Інформації) – це уся преса, газети, журнали, телебачення, радіо, комп'ютерний та телефонний зв'язок. Громадська думка – сукупність загальноновизнаних і узвичаєних у певному суспільстві уявлень, оцінок, суджень щодо суспільно значущих явищ, подій, особистостей, проблем тощо [17, 1].

Як елемент функціонування політичних систем громадська думка є постійно діючим фактором управління. За допомогою її виконується декілька впливових функцій, а саме:

1. експресивно-контрольна, яка визначає політичну позицію тих або інших спільностей;
2. консультативна дає поради щодо пошуку оптимальних політичних дій;

3. директивна виносить рішення по тих або інших питаннях, регулює поведінку індивідів, спільностей і установ, підтримує або відкидає ті чи інші уявлення, цінності і норми [27, 87].

ЗМІ, за переконанням Б. Кормича, повинні виконувати роль: громадського спостерігача, представника споживача та джерела суспільної інформації [33, 282 ].

Визначаючи громадську думку, важливо враховувати, що вона формується в процесі соціальної взаємодії та може варіюватися залежно від контексту, історичних умов та інформаційних джерел. ЗМІ обирають, які події висвітлювати, і які з них вважають найважливішими. Це створює інформаційний контекст, у якому громадськість формує свою думку. На приклад, якщо ЗМІ постійно акцентують увагу на економічних проблемах, це може призвести до загального занепокоєння з цього приводу, навіть якщо реальні показники можуть бути менш критичними.

Мас-медіа є потужним інструментом впливу на громадську думку, оскільки вони не тільки інформують, а й формують сприйняття світу. Однак, щоб уникнути маніпуляцій та дезінформації, важливо бути критичними до інформації та шукати різні джерела для більш об'єктивного розуміння подій [43, 38].

Найважливіша функція мас-медіа, їх призначення - давати об'єктивну інформацію, на основі якої можна скласти реальну картину сьогодення; забезпечувати свободу думки і слова, право публічно виражати свої думки, відстоювати власну громадянську позицію [1, 8]; здійснювати контроль за роботою різних гілок влади, порушувати актуальні питання, стежити за розв'язанням важливих проблем. Інформуючи населення, ЗМІ формують у людей навички аналізу діяльності влади, здатність захищати власні погляди, підвищують відповідальність влади за її дії.

Наведемо кілька важливих аспектів, які впливають на формування громадської думки:

1. вибір і подання інформації
  - медіа визначають, яка інформація стане основною для громадськості, а яка буде ігноруватися або залишатися на периферії. Саме цей вибір інформації має

потужний вплив на сприйняття подій. ЗМІ можуть обирати, наприклад, як подавати певну політичну подію, чи фокусуватися на її позитивних чи негативних аспектах, створюючи таким чином певний образ події або особи в очах громадськості.

## 2. фреймування інформації

- Фреймування — це процес надання контексту чи акцентування на конкретних аспектах події або ситуації, який допомагає впливати на те, як люди сприймають її значення. Наприклад, фреймування війни як «актуальної загрози для національної безпеки» сприяє підтримці воєнних заходів, тоді як представлення її як «несправедливої агресії» може викликати протест або критику з боку громадськості.

## 3. медіа як агенти соціалізації

- ЗМІ також є важливим агентом соціалізації, що означає, що вони допомагають формувати цінності, норми і переконання людей. Наприклад, телевізійні шоу, фільми, новини можуть допомогти створити образи певних соціальних груп, сприяючи чи підриваючи стереотипи. Якщо медіа регулярно зображують певні групи людей (наприклад, жінок, етнічні меншини, ЛГБТ-спільноту) у певному контексті, це може формувати ставлення до цих груп у ширшому суспільстві.

## 4. психологічний вплив

- ЗМІ часто використовують емоційно заряджені образи, які можуть викликати сильні емоції у глядачів. Це можуть бути сцени насилля, трагедій чи, навпаки, героїчні дії. Такий емоційний вплив сприяє формуванню громадської думки, оскільки емоційно насичені повідомлення легше запам'ятовуються і мають більший ефект на підсвідомість.

## 5. маніпуляція емоціями

- мас-медіа активно використовують емоційний вплив, щоб привернути увагу аудиторії та змусити людей реагувати на інформацію. Поглиблення емоційного впливу може посилювати соціальну мобілізацію, створювати паніку або, навпаки, знижувати тривогу в суспільстві. Наприклад, під час кризових

ситуацій або катастроф медіа часто використовують драматизацію подій для підвищення емоційного відгуку аудиторії.

#### б. медіа і політична сфера

- ЗМІ виконують важливу роль у політичному процесі, оскільки через медіа люди отримують інформацію про політичні події, кандидатів, партії та політичні програми. Медіа можуть підтримувати певну політичну ідеологію або, навпаки, сприяти критиці чинної влади [15, 96].

Під час нестабільних станів у соціумі, які проявляються через кризи загального характеру та конфліктні стани у суспільстві, інформаційно-комунікативна сфера перетворюється на сучасну, «вдосконалену», зброю. При цьому використовуються

багатовекторні засоби впливу, серед яких засоби масової інформації – що роблять особливий акцент на впливі символічних образів – відіграють одну з вирішальних ролей [16, 154].

Пропаганда охоплює всі жанри та форми журналістської творчості. Важливим для пропаганди є популярність і доступність матеріалів. Популярність означає цікавість і зрозумілість журналістських текстів для різних верств населення. Доступність – уміння ясно, легко і точно викладати матеріал. Якщо пропагандист має намір ефективно впливати на власну аудиторію – він має враховувати її етнічні, релігійні, культурні, вікові, професійні та інші особливості [12, 69].

Пропаганда – інструмент політики та ідеології, засіб соціального контролю за допомогою цілеспрямованого поширення у суспільстві певних ідей, цінностей, норм та програм поведінки. Класику теорії пропаганди Г. Лассвеллу належить таке формулювання: «Пропаганда – це інструмент тотальної політики разом з дипломатією, економічними заходами та збройними силами. Політична пропаганда – це використання засобів масових комунікацій на користь влади» [14, с. 27].

Для передачі пропагандистських повідомлень використовується широкий спектр матеріалів та засобів масової інформації, які змінюються у міру появи нових

технологій, включаючи картини, карикатури, плакати, брошури, фільми, радіопрограми, телевізійні програми та веб-сайти. Останнім часом цифрова епоха породила нові способи поширення пропаганди, такі як використання ботів та алгоритмів для створення обчислювальної пропаганди та поширення хибних або упереджених новин за допомогою соціальних мереж [17, 45].

Пропаганда стала більш поширеною в політичних контекстах, зокрема для позначення певних зусиль, спонсорованих урядами, політичними групами, а також часто прихованих інтересів. Поширеними засобами передачі пропагандистських повідомлень є повідомлення новин, урядові звіти, історичні ревізії, наука, книги, брошури, фільми та мультфільми, радіо, телебачення та плакати. Деякі рекламні кампанії наслідують стратегічний зразок передачі інформації, щоб надихнути робочу групу. Стратегія спрямована на те, щоб ініціювати індивіда від одержувача інформації до шукача інформації через посилення, а потім від шукача інформації до лідера громадської думки через індоктринацію [16, с. 156].

Функції пропаганди, що визначаються як напрями (завдання), що конкретизують шлях досягнення мети пропаганди та забезпечуються маніпулятивним впливом на суспільство, поділяються на іманентні та ситуативні (суб'єктивні). Цілі пропаганди стосовно її функцій мають первинний характер [21, 143].

Саме слово “маніпуляція” означає свідоме використання інформації та технік подачі для впливу на думки, почуття та поведінку аудиторії з метою досягнення певних цілей, часто прихованих або неочевидних для глядачів чи читачів [1, 115].

Слово “маніпуляція” має коренем латинське слово *manus* – рука (*manipulus* – пригорща, жменя, від *manus* й *ple* – наповнювати) [12, 58]. У словниках європейських мов слово тлумачиться як дії з об'єктами з певними намірами, цілями. Під маніпуляцією, або маніпулюванням, розуміємо мистецтво управляти поведінкою за допомогою цілеспрямованого впливу на громадську психологію, на свідомість та інстинкти людини [34, 56].

Можна виділити кілька видів маніпуляцій:

1. вибіркова подача інформації ( коли ЗМІ спеціально висвітлюють певні події, акцентують увагу на конкретних словах чи вчинках.);
2. дезінформація або фальшиві події (спеціальне поширення неправдивої інформації задля створення паніки або виникнення інших негативних емоцій);
3. перекручування інформації або обрізання слів з контексту (дуже часто медіа обрізають інформацію для ще більшого приваблення інформації слухача чи читача);
4. передача інформації через експертів (дуже часто ЗМІ запрошують різних політичних чи воєнних експертів для того, щоб перекласти відповідальність передачі інформації на них і таким чином маніпулювати людьми);
5. створення так званих “ворогів” або “картин ворога” ( медіа можуть створювати або підсилювати образ ворога або «іншого» через негативне висвітлення певних груп чи країн для формування ворожих настроїв в суспільстві, наприклад, через акцент на негативних характеристиках певних національностей, релігій чи політичних опонентів);
6. пропаганда та реклами з прихованими інтересами ( вона може маскуватися під новини, але її мета — це переконати аудиторію у правоті певної політичної чи економічної програми, часто через нав'язування стереотипів чи упереджених поглядів);
7. техніки шуму та відволікання ( мас-медіа іноді використовують техніку «шуму» — коли навмисно створюють інформаційний перевантаження, що відволікає увагу від важливих питань. ) [12, 76].

Науковець Валентин Молодиченко назвав такі головні родові ознаки маніпулювання: 1) це – вид духовного, психологічного впливу (а не фізичне насильство або погроза насильства); 2) маніпуляція – це прихований вплив, процес якого не повинен бути помічений об'єктом маніпуляції; 3) маніпуляція – це вплив, який вимагає значної майстерності і знань<sup>1</sup>. Тобто маніпулювання дає змогу розширювати або звужувати свідомість людини залежно від поставленої мети [34, 56].

Кінцевою метою маніпулювання інформацією є формування індивідуальної і масової свідомості до такого стану, коли подальша поведінка та алгоритм дій відповідають поставленим завданням. Найважливішою умовою успішної маніпуляції “є руйнування психологічного захисту людини, тих засад, на яких тримається його здатність до критичного сприйняття інформації” [34, 78].

Маніпуляції під час війни часто набувають особливої сили та масштабів, оскільки війна є надзвичайно чутливою та емоційно зарядженою темою. В умовах військового конфлікту медіа стають не лише джерелами інформації, а й інструментами політичних, ідеологічних та психологічних маніпуляцій. З одного боку, вони можуть бути використані для мобілізації підтримки, з іншого — для дискредитації ворога чи створення уявлень про «правду війни», що може значно вплинути на настрої і поведінку як цивільних осіб, так і військових.

Різні сторони функціонування ЗМІ в суспільстві розглядаються як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями. Так, питання взаємодії влади і ЗМІ висвітлені у працях В. Здоровеги, О. Копиленка Г. Почепцова, В. Різуна, В. Шкляра та ін. Проблема формування і реалізації сучасної державної інформаційної політики займаються Г. Почепцов, В. Шкляр тощо. Проблемам інформаційної безпеки приділяють увагу В. Бондаренко, Г. Перепелиця, О. Литвиненко та ін. Вивченню проблем, пов'язаних із функціонуванням ЗМІ, їх впливом на формування громадської думки, громадянської свідомості приділяють увагу такі науковці, як Л. Городенко, О. Гриценко, А. Терлибовка та ін. [55, 65].

Отже, ЗМІ відіграють важливу роль у формуванні громадської думки, оскільки через них громадяни отримують основну інформацію про події та явища в суспільстві. Вибір та подання інформації, а також фреймування новин можуть суттєво впливати на сприйняття громадськістю актуальних проблем і визначати її ставлення до них. Водночас медіа можуть використовувати різноманітні маніпулятивні техніки для досягнення певних цілей, що підриває об'єктивність інформації та сприйняття реальності. Таким чином, важливо критично ставитися до медіа-контенту, зберігаючи об'єктивність і шукаючи різні джерела для формування повної картини подій.

### 1.2.2. Механізми створення стереотипів у медіа

Механізми створення стереотипів у медіа— це різні способи та процеси, через які ЗМІ формують і поширюють спрощені, часто однобічні образи груп людей, соціальних ролей чи явищ. Вони можуть бути свідомими чи несвідомими, але впливають на сприйняття реальності аудиторією.

Інформація, яка передається засобами масової комунікації, об'єктивно впливає на людей. Якщо раніше група, спільність людей за допомогою соціалізації і передачі культурних традицій передавали і стереотипи, то з розвитком комунікацій вже не потрібно ніяких посередників для трансляції стереотипів у соціумі. Пріоритетним у розвитку масмедіа стає саме створення стереотипів, що дозволяє здійснювати їх трансляції [9, 45].

Створення стереотипів у медіа — це складний процес, який включає численні механізми. Вони можуть бути як навмисними (через маніпулювання інформацією або представлення однозначних образів), так і ненавмисними (через тенденцію до спрощення і узагальнення). Зрозуміти ці механізми і критично підходити до медіа-контенту — важливе завдання для сучасних споживачів інформації, оскільки стереотипи можуть мати серйозні соціальні, культурні та політичні наслідки [13, 57].

Стереотипізація є іманентною властивістю людського мислення й поведінки, а також між людської взаємодії. І хоч окремі прояви механізму стереотипотворення можна спостерігати на рівні індивідуальної когнітивної та поведінкової активності, вся сукупність чинників та умов, за яких уявлення класифікуються як стереотипні, реалізується тільки в інтерсуб'єктивному вимірі [4, 3].

Під медійним стереотипотворенням ми розуміємо процес організації інформації в такий спосіб, коли в тематично повторюваних масовокомунікаційних повідомленнях одні смислообрази поєднуються з іншими, і зв'язок цей є технологічно обумовленим та соціально детермінованим за умов, що смислообрази корелюють між собою згідно із соціальною логікою, яка відтворюється журналістами [4, 1].



Стереотипізація у мас-медіа - процес формування ЗМІ хибних уявлень про соціальні явища, зразків поведінки людей і про навколишній світ загалом; приписування певним суб'єктам або явищам тих властивостей, якими вони не володіють насправді, з метою їхнього подальшого транслявання через канали комунікації. Консервативність та емоційно-оцінна спрямованість стереотипів можуть стати причиною посилення медійного впливу на масову свідомість. Тема стереотипізації у вітчизняній і закордонній науці є дотичною до багатьох гуманітарних проблем, таких, як: маніпулювання свідомістю, конструювання реалій у масмедіа, каталізація фобій, активізація мови ворожнечі [11, 76].

Створення стереотипів у медіа є складним процесом, який базується на ряді психологічних, соціальних і культурних механізмів. Медіа, як потужний інструмент впливу, можуть формувати певні образи, уявлення та норми, часто спрощуючи або збільшуючи певні характеристики окремих груп людей, культур чи явищ [32, 128].

Актуальність звернення до феномена стереотипів зумовлена дедалі більшою активізацією мас-медійних механізмів їхнього утворення та впровадження, зростаючим впливом медіатизованих стереотипів на характер соціальної взаємодії [4, 1].

Можна виділити два основні напрями у вивченні стереотипу в масових комунікаціях:

- перший розуміється як прагматичний, цей напрям вивчає стереотип як спосіб збільшення ефекту для масового й ідеологічного впливу, це може бути пропаганда, реклама і так далі.
- другий напрям сформульований як соціально-критичний – стереотип досліджується як продукція засобів масової комунікації, в розрізі проблем культури. Представники розуміють ЗМК і їх продукти з погляду проблем культури, а тому негативно оцінюють і стереотипи, і процес стереотипізації, який здійснює ЗМІ [4, 6].

У сучасній науці відсутнє єдине концептуальне бачення механізму стереотипотворення. Ця проблема є похідною від недостатньо чіткого "розведення" різних змістових передумов даного явища, що спричиняє, по-перше, до розмиття предметної галузі дослідження стереотипів, по-друге, до змішування індивідуального, групового й масового рівнів стереотипотворення. Дискусії про походження стереотипів передусім зумовлюються застосуванням недиференційованого підходу до розгляду цього процесу. Звідси увиразнення як визначальних для стереотипотворення таких різнорівневих факторів, таких тип особистості суб'єкта стереотипізації (індивідуальний рівень), історичні та соціокультурні умови існування групи (груповий рівень), конвергентний вплив на повідомлення державної медіаполітики (масовий рівень) тощо [4, 1].

Так, когнітивні підходи виводять стереотипізацію із закономірностей процесу пізнання, акцент робиться на процесах сприйняття та категоризації (Г. Теджфел, Д. Тейлор, С. Т. Фіске, Т. К. Трейлер, Д. Л. Гамільтон та інші). Категоризація зумовлена потребою особистості в створенні саме таких уявлень, які були б прийнятними у її соціальному оточенні і які стали б проекцією цінностей цієї особистості. З цієї точки зору стереотипи не можуть вважатися ірраціональними, оскільки вони відображають раціональну вибірковість того, хто сприймає [19, 38].

Однією з підстав стереотипізації в журналістській діяльності є когнітивні фактори: нестача інформації щодо конкретного об'єкту стереотипізації, брак часу щодо її переробки, а також необхідність спрощення картини світу в об'єктивних умовах обмеженості можливостей пізнати реальність в усьому її різноманітті та складності [32, 131].

Для того, щоб у стереотипах була реалізована вся гносеологічна й комунікативна своєрідність медіасередовища, вони мають пройти процедуру відчуження від конкретного індивіда, утвердитися як надперсональне знання і згодом в акті комунікації бути повернутими множині індивідів, які становлять масу [4, 4].

Медіа часто виконують архетипи — усталені і спрощені образи, які символізують певні ролі чи характеристики. Наприклад, у кіно часто зустрічаються архетипи, як "герой", "жертва", "злочин", "матір" тощо, що спрощують і повторюють стереотипи. Ці архетипи можуть бути корисними для створення пізнаваних образів, але часто вони залишаються складними і багатограними реальними людьми [19, 78].

Під медійним стереотипотворенням ми розуміємо процес організації інформації в такий спосіб, коли в тематично повторюваних масовокомунікаційних повідомленнях одні смислообрази поєднуються з іншими, і зв'язок цей є технологічно обумовленим та соціально детермінованим за умов, що смислообрази корелюють між собою згідно із соціальною логікою, яка відтворюється журналістами. Таким чином, за принциповий момент вважаємо відокремлення стереотипотворення, зумовленого медіаполітикою, від стереотипотворення, скерованого масовою свідомістю, що є впливовим фактором професійної активності журналістів [4, 3].

Визначення механізмів виникнення, функціонування й руйнації стереотипів у масовокомунікативній практиці може мати гносеологічне, а згодом і прикладне значення у контексті соціального призначення ЗМІ. Звужуючи проблему стереотипізації до суто журналістичнознавчої, ми не можемо не зважати на те, що соціальні стереотипи зароджуються та отримують легітимацію у більш широкому соціокультурному контексті, де реалізується не лише журналістська, але й політична, рекламна, ПР-практика тощо [4, 59].

Вивчення стереотипів у контексті масовокомунікаційної практики пов'язане із проблемою значної варіативності їхніх проявів, обумовленою поліфункціональністю даного соціального явища. Відповідно оцінка значення стереотипів для масової комунікації також не є однозначною [14, 113].

У медійному дискурсі стереотипи досліджувала Л. Завгородня [22, 8], та Пономарів О. [43, 345].

У. Ліпман, який започаткував теоретичний розгляд явища стереотипізації, визначав стереотипи як вибіркового та неточний спосіб сприйняття дійсності, що веде до спрощення та породжує забобони [80, 46].

Наведемо декілька основних прикладів механізмів створення стереотипів у медіа:

#### 1. вибіркова подача інформації

- ЗМІ можуть вибірково транслювати події, явища, ситуації чи персонажів, підкреслюючи певні характеристики або елементи, що підкріплюють стереотипи;

#### 2. повторюваність

- постійне повторювання стереотипів, які зображують одну й ту ж самих людей через певну характеристику, яка з плином часу формує у суспільстві стійкі уявлення;

#### 3. мовні стратегії

- Мова, якою користуються мас медіа, може бути сильним інструментом у створенні стереотипів. Наприклад, вживання слів із негативною конотацією або емоційно забарвлених висловлювань для опису певних груп може створювати упереджене сприйняття [9, 84].

Отже, механізми створення стереотипів у медіа включають різні способи формування спрощених образів груп людей або явищ, які можуть бути свідомими або несвідомими. Вони впливають на сприйняття реальності аудиторією через вибіркочну подачу інформації, повторюваність образів і використання мовних стратегій. Медіа можуть підкреслювати певні характеристики або використовувати емоційно забарвлену лексику для формування упереджених уявлень. Створення стереотипів відбувається на різних рівнях — індивідуальному, груповому та масовому, і має великий вплив на соціальну взаємодію.

## **РОЗДІЛ 2.**

### **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ УКРАЇНСЬКОГО ВІЙСЬКОВОГО В БРИТАНСЬКИХ ЗМІ**

#### **2.1. Основні тенденції висвітлення війни в Україні британськими ЗМІ**

ЗМІ є важливим каналом інформації для громадськості, і вони впливають на формування громадської думки та уявлень про війну. Медійний дискурс визначає те, як війна сприймається та розуміється широкою аудиторією, і відображається в різних мовних засобах та стратегіях, використовуваних для її опису та аналізу [28, 61].

Вербалізація війни у медійному дискурсі може зазнати значних змін після початку війни в Україні через кілька ключових факторів. Початок військового конфлікту визначає новий політичний та соціокультурний контекст, що може відобразитися у мовленнєвій практиці ЗМІ. Це може призвести до змін у використанні термінології, тону та емоційного забарвлення мови, а також у підтримці певних політичних або соціальних позицій [39, 320].

Висвітлення військових тем у англійських ЗМІ має ряд характерних особливостей, які зумовлені культурними, політичними, економічними та технологічними чинниками. Ці особливості варіюються залежно від конкретного контексту, зокрема, країни, конфлікту, а також засобів масової інформації. Проте можна виокремити кілька загальних тенденцій: нейтральність та пропаганда, фокус на гуманітарних наслідках, використання візуальних матеріалів, інтерпретація через політичну призму, висвітлення ролі окремих військових та лідерів та ін. [45, 98].

Висвітлення війни в Україні британськими ЗМІ має кілька характерних тенденцій, які зумовлені як геополітичними інтересами Великої Британії, так і глобальними інформаційними трендами. З огляду на важливість цього конфлікту для європейської безпеки та міжнародної політики, британські медіа активно слідкують за розвитком подій, які відбуваються в Україні і відіграють велику роль у висвітленню війни. Більшість найвідоміших видавництв на початку війни

присвячували свої обкладинки стійкості і героїзму українців та розповідали історії тих, хто першими зустрів війну.

Британські медіа активно висвітлюють боротьбу між Україною та Росією на інформаційному фронті. Медіа аналізують пропагандистські кампанії Росії, поширення дезінформації та спроби маніпулювати громадською думкою як в Україні, так і за її межами. Також активно висвітлюють гуманітарну ситуацію в Україні, зокрема наслідки для цивільного населення, біженців та жертв війни. У статтях часто фігурують особисті історії постраждалих, що допомагає створити емоційний зв'язок із аудиторією.

В британських ЗМІ часто публікуються аналізи військової ситуації на фронті, експертні коментарі щодо стратегії України та Росії. Британські військові експерти та аналітики коментують ефективність застосованих тактик, підтримку Заходу та адаптацію української армії до нових умов війни.

Технічні аспекти війни також не залишаються поза увагою: медіа розглядають постачання західної військової техніки, таких як системи ППО, танки, артилерія, а також інші аспекти військової допомоги. Репортажі з фронту іноді включають інформацію про конкретні бойові операції, що дають можливість британській аудиторії зрозуміти, як Україна відновлює контроль над захопленими територіями.

У світі воєнних подій між росією та Україною, британські ЗМІ, такі як The Independent, Financial Times та The Guardian, BBC, відіграють важливу роль у висвітленні конфлікту та його наслідків. Ці видання не лише інформують громадськість про події на передовій, а й аналізують політичні, економічні та гуманітарні аспекти війни.

Образ російсько-української війни у їхніх матеріалах чітко відображає агресивну політику Росії, представляючи Україну як гідного противника, який стоїть проти російської агресії [42, 56].

Відома ділова газета FT протягом двох років війни приділяє увагу саме економічним методам агресії, які застосовує росія як найпотужнішому чиннику,

який здатний похитнути віру українців у перемогу і відповідно зменшит стійкість України [76].

Також війну в Україні описує популярна газета Guardian. У цій газеті є окрема колонка, яка присвячена саме для висвітлення воєнних подій, які відбуваються на території України [71].

Найважливішим медіа Великобританії, яке висвітлює тему війни є BBC. Їхні журналісти також живуть в Україні, працюють на лініях фронту та ведуть щоденні репортажі з гарячих точок. Вони беруть інтерв'ю у політиків і військового керівництва, наприклад Валерія Залужного, роблять розслідування. Медійники BBC добре проінформовані про передісторію війни і підтримують українські наративи. Їх репортажі і статті мають високий ступінь довіри у світі [73].

Додавання фото українських втрат в їхніх матеріалах підкреслює людську сторону конфлікту та реальний його вплив на життя мешканці України. Завдяки постійному наголошенню на агресивних діях російських військ та їхньому порушенню міжнародних норм та правил ведення війни, ці ЗМІ роблять зусилля підвищити усвідомлення громадськості щодо трагічних наслідків російсько-українського конфлікту та підтримати міжнародну реакцію на події в Україні.

Отже, висвітлення війни в Україні британськими ЗМІ має кілька ключових тенденцій, зокрема акцент на агресивній політиці Росії та підтримці України як гідного противника. Видання, такі як The Independent, Financial Times, The Guardian та BBC, об'єктивно аналізують не лише військові події, а й політичні, економічні та гуманітарні аспекти конфлікту. Вони активно висвітлюють економічні методи агресії Росії, роль міжнародної спільноти та наслідки для глобальної політики. Британські медіа також акцентують на людському вимірі війни, додаючи фотографії українських втрат і підкреслюючи порушення міжнародних норм. Це сприяє підвищенню усвідомлення громадськості про трагедію війни та підтримці міжнародної реакції.

## 2.2. Лексичні та стилістичні засоби створення образу українського військового

Події російсько-української війни спричинили появу військової лексики, зокрема жаргонної, а також обценної в мові кінострічок. Такі лексичні одиниці увиразнюють мовлення конкретного персонажа і його образ, роблять його самобутнім, допомагають розкрити його соціальне оточення [51, 67].

Лексичні та стилістичні засоби, які використовуються для створення образу українського військового, грають важливу роль у формуванні сприйняття цієї постаті у медіа та літературі, особливо в контексті війни в Україні. Ці засоби допомагають підкреслити не тільки фізичні характеристики, а й внутрішній стан, моральні якості, героїзм та відданість. Зазвичай, образ українського військового змальовується як символ мужності, патріотизму та жертвності. Розглянемо основні лексичні й стилістичні засоби, що використовуються для створення цього образу:

Найбільшу кількість лексичних та стилістичних засобів на матеріалі газети Daily Express становлять епітети, оксиморон та антитеза.

1.1 Епітет- це художнє означення, що підкреслює характерну рису, визначальну якість явища, предмета, поняття, дії [8].

- «*Ukrainian soldiers showed extraordinary bravery in the face of extraordinary opposition, demonstrating unprecedented resilience and determination on the front lines.*» (Українські воїни виявили надзвичайну хоробрість перед обличчям надзвичайного протистояння, продемонструвавши безпрецедентну стійкість і рішучість на передовій; переклад мій) [76].

- «*The Ukrainian warrior, a symbol of indomitable courage and indomitable spirit, continues to fight with relentless determination, despite the brutal conditions on the battlefield.*» (Український воїн, символ незламної мужності та незламності духу, продовжує воювати з невпинною рішучістю, незважаючи на жорстокі умови на полі бою; переклад мій) [56].



1.2 Метафора- художній засіб, що полягає в переносному вживанні слова або виразу на основі аналогії, схожості або порівняння, а також слово або вираз, ужиті в такий спосіб [8].

- «*Ukrainian soldiers became **the shield of Europe**, resolutely standing on the front line against the forces of tyranny*» (Українські воїни стали щитом Європи, рішуче стоячи на передовій проти сил тиранії; переклад мій) [87].

1.3 Оксиморон: художній засіб, коли свідомо поєднуються протилежні за змістом поняття, які разом дають нове уявлення [8].

- «*A Ukrainian soldier is a **quiet storm** that brings **calm determination and explosive courage** to the battlefield.*» (Український солдат – це тиха буря, що несе на поле бою і спокійну рішучість, і вибухову відвагу; переклад мій) [65].
- «*The Ukrainian warrior is both a **gentle warrior** and a **fierce defender** who personifies **peaceful strength** in the face of **irreconcilable conflict***» (Український воїн є водночас лагідним воїном і лютим захисником, який уособлює миролюбну силу перед лицем непримиренного конфлікту; переклад мій) [78].

## 2. Стилістичні засоби

2.1. Антитеза- стилістична фігура, протиставлення контрастних явищ, образів і понять. [8].

- «*A Ukrainian warrior is both a **defender of life and a harbinger of destruction**, fighting to preserve peace in a world engulfed in war.*» (Український воїн є і захисником життя, і провісником руйнації, який бореться за збереження миру у світі, охопленому війною; переклад мій) [65].
- «*The Ukrainian warrior is both a **defender of freedom and a warrior in the struggle for survival**, the embodiment of hope in the darkest times.*» (Український воїн є і захисником свободи, і воїном у боротьбі за виживання, втіленням надії в найтемніші часи; переклад мій) [31].

2.2. Гіпербола- Стилістичний засіб навмисного перебільшення з метою посилення виразності [8].

- «*Ukrainian fighters are not just fighting a war—they are **standing as giants** against the storm, **their courage unmatched** and their **resolve unbreakable.**» (Українські солдати не просто ведуть війну — вони стоять як гіганти проти бурі, їхня мужність неперевершена, а рішучість незламна; переклад мій) [88].*

2.4. Паралелізм- аналогія, уподібнення, спільність характерних рис або чину [8].

- «*The Ukrainian soldier fights with **unwavering courage**, stands with **unyielding strength**, and endures with **relentless determination.**» (Український воїн бореться з непохитною мужністю, стоїть з непохитною силою і витримує з невпинною рішучістю; переклад мій) [73].*

Отже, лексичні та стилістичні засоби, що використовуються для створення образу українського військового, відіграють ключову роль у формуванні його іміджу в медіа та літературі, особливо в умовах війни в Україні. За допомогою епітетів, метафор, оксиморонів, антитез і гіпербол, цей образ набуває яскравої виразності та глибини, що допомагає передати складність характеру захисника. Використання паралелізму створює враження сили та незламності, що відображає моральну стійкість українських військових у боротьбі.

### 2.3. Аналіз позитивних та негативних рис у медійному образі

Образ українського військового у британських ЗМІ, особливо після початку російського вторгнення в Україну в 2022 році, зазнав значних змін і адаптацій, відображаючи не лише реалії війни, але й ставлення Великої Британії до цього конфлікту. Британські ЗМІ мають велике значення в міжнародному дискурсі, і їхній погляд на українських військових формує ключові наративи для британської аудиторії та ширшої міжнародної спільноти.

«*Ukrainians know how to achieve their goals. And we did not choose to achieve our goals in the war.*» (Українці знають, як досягати своїх цілей. І ми не обирали шлях досягнення своїх цілей через війну; переклад мій) [74]. З цього речення українських військових можна охарактеризувати, як мудрих, рішучих та

прагматичних. Вони мають чітке розуміння своїх цілей і готові досягати їх, навіть якщо шлях до цього вимагає великих зусиль та жертв.

*«Ukrainian forces are now "miles deep into russia" after their successful attack on the Kursk region.»* (Українські війська зараз «на милі вглиб Росії» після успішної атаки на Курську область; переклад мій) [67]. Тут військових описують, як відважних, стратегічно обізнаних та рішучих. Фраза *“miles deep into russia”* підкреслює, що українські війська здатні здійснювати глибокі та ефективні операції на території ворога, завдаючи йому значних ударів на його власній землі. Це також свідчить про високий рівень бойової підготовки та тактичну майстерність, здатність до неочікуваних і потужних контратак.

*«I am proud of all our guys who are mastering these aircraft and have already started using them for our country.»* (Я пишаюся всіма нашими хлопцями, які освоюють ці літаки і вже почали використовувати їх для нашої країни; переклад мій) [69]. Президент Володимир Зеленський описує українських військових, як висококваліфікованих, інноваційних та рішучих. Вони демонструють готовність до навчання та адаптації, оскільки освоєння нової техніки, зокрема літаків, вимагає високої кваліфікації та здатності швидко опанувати нові навички в екстремальних умовах війни.

*«Putin humiliated as Ukraine shoots down three russian fighter jets in a single day.»* (Путін принижений тим, що Україна збила три російські винищувачі за один день; переклад мій) [70]. З цього речення можна охарактеризувати українських військових, як професіоналів, здатних до ефективних і точних бойових дій, що мають значний тактичний і технічний потенціал. Збиття трьох російських винищувачів за один день свідчить про високий рівень бойової майстерності, тактичну вправність та здатність до швидких, точних і ефективних дій у бойових умовах.

*«Ukraine's main intelligence confirmed on Monday that Ukraine fighters have successfully hit two russian radar stations in a move that will significantly undermine Vladimir Putin's war machine. The statement continued: “Two expensive russian radar stations were damaged - the 55Zh6 Nebo radar and, probably, the Gamma-S1E*

*radar.” It comes as Ukrainian forces have been depleting russian air defense and air assets to prepare for the arrival of Ukraine’s F-16 Western fighter jets.»* (У понеділок Головна розвідка України підтвердила, що українські винищувачі успішно вразили дві російські радіолокаційні станції, що значно підірватиме військову машину Володимира Путіна. У повідомленні далі йдеться: “Пошкоджено дві дороги російські радіолокаційні станції – РЛС 55Ж6 “Небо” і, ймовірно, РЛС “Гамма-СІЕ). Це сталося в той момент, коли українські сили виснажують російську протиповітряну оборону та повітряні засоби, щоб підготуватися до прибуття українських винищувачів F-16 Western; переклад мій) [68]. З цього речення можна описати військових, як висококваліфікованих, стратегічно обізнаних та тактично майстерних. Успішне знищення російських радіолокаційних станцій свідчить про точність та ефективність їхніх дій, а також про глибоке розуміння бойових умов.

*«Ukrainian sniper claims new world record after wiping out russian soldier 2.36 miles away According to reports, the unnamed member of Ukraine's security service SBU achieved the remarkable feat, surpassing the previous record of 2.2 miles by a Canadian special operations sniper in Iraq in 2017. The SBU said: "[Our] snipers are rewriting the rules of global sniping, showcasing unparalleled abilities to operate effectively at remarkable distances.»* (Український снайпер встановив новий світовий рекорд після того, як знищив російського солдата на відстані 2,36 милі. Згідно з повідомленнями, неназваний співробітник Служби безпеки України СБУ досяг чудового досягнення, перевершивши попередній рекорд канадського снайпера спецоперацій в Іраку в 2,2 милі в 2017 році. СБУ заявила: “Наші” снайпери переписують правила глобальної снайперської діяльності, демонструючи неперевершені здібності для ефективних дій на видатних відстанях; переклад мій) [71]. Тут військовий описуються, як висококласний професіонал, майстер своєї справи. Досягнення нового світового рекорду снайпера демонструє не тільки виняткову точність і фізичну витривалість, але й тактичну майстерність та рішучість у виконанні складних бойових завдань на великій відстані.

*«Ukrainian forces pushed on with their major cross-border advance into russia’s Kursk region for a second week Wednesday, claiming that they took more ground,*

*captured more russian prisoners and destroyed a bomber in attacks on military airfields.*» (Українські війська другий тиждень у середу продовжували своє велике транскордонне просування до Курської області Росії, стверджуючи, що вони захопили більше території, захопили більше російських полонених і знищили бомбардувальник під час атак на військові аеродроми; переклад мій) [73].

Українські захисники описуються, як рішучі, стратегічно обізнані та дієві. Їхнє транскордонне просування та активні наступальні операції свідчать про високий рівень тактичної майстерності та координації, здатність діяти на великих відстанях, навіть далеко за лінією фронту, і завдавати точних ударів по важливих цілях, таких як військові аеродроми.

Слід зазначити, що у двох джерелах було цитовано характеристику військових саме президентом Володимиром Зеленським:

*«Ukrainians know how to achieve their goals. And we did not choose to achieve our goals in the war.»* (Українці знають, як досягати своїх цілей. І ми не обирали шлях досягнення своїх цілей через війну; переклад мій) [74].

*«I am proud of all our guys who are mastering these aircraft and have already started using them for our country.»* (Я пишаюся всіма нашими хлопцями, які освоюють ці літаки і вже почали використовувати їх для нашої країни; переклад мій)[69].

На матеріалі британської газети Daily Express були визначено кілька головних рис характеру українського військового.

*Рішучість* описується у цитаті: *«Ukrainians know how to achieve their goals. And we did not choose to achieve our goals in the war.»* [74], *«Ukrainian forces are now "miles deep into russia" after their successful attack on the Kursk region.»* [67].

Така риса характеру, як *відважність*, описується в цій цитаті: *«Ukrainian forces are now "miles deep into russia" after their successful attack on the Kursk region.»*[67]; *«Ukrainian sniper claims new world record after wiping out russian soldier 2.36 miles away...»* [71];

До *прагматичності* відноситься така характеристика: *«Ukraine's main intelligence confirmed on Monday that Ukraine fighters have successfully hit two*

*russian radar stations in a move that will significantly undermine Vladimir Putin's war machine. The statement continued: "Two expensive russian radar stations were damaged - the 55Zh6 Nebo radar and, probably, the Gamma-S1E radar.» [68];*

*Ініціативність українського військового висвітлюється у цій фразі: «Ukrainian forces pushed on with their major cross-border advance into russia's Kursk region for a second week Wednesday, claiming that they took more ground, captured more russian prisoners and destroyed a bomber in attacks on military airfields.» [73];*

З вищенаведених прикладів цитат опису рис характеру військових можна дійти висновку, що рішучість та відважність [74], [67] займають 33,3% , прагматичність [68] та ініціативність [73]- 16,7%. Для того, щоб детальніше розглянути відсотковість рис характеру українського військового, ми створили діаграму (див. Рис. 2.1.).



Рис. 2.1.

До опису професійних навичок ми віднесли кілька ключових рис.

**Бойова майстерність** українського військового описується у цій фразі: «*Putin humiliated as Ukraine shoots down three russian fighter jets in a single day.*» [70];

**Тактична майстерність:** «*Ukraine's main intelligence confirmed on Monday that Ukraine fighters have successfully hit two russian radar stations in a move that will significantly undermine Vladimir Putin's war machine. The statement continued: "Two expensive russian radar stations were damaged - the 55Zh6 Nebo radar and, probably, the Gamma-S1E radar." It comes as Ukrainian forces have been depleting russian air defense and air assets to prepare for the arrival of Ukraine's F-16 Western fighter jets.*» [68];

Важливо зазначити такі професійні вміння, як **інженерні та технічні навички:** «*I am proud of all our guys who are mastering these aircraft and have already started using them for our country.*» [69];

**Стратегічне планування** описується у цій цитаті: «*Ukraine's main intelligence confirmed on Monday that Ukraine fighters have successfully hit two russian radar stations in a move that will significantly undermine Vladimir Putin's war machine. The statement continued: "Two expensive russian radar stations were damaged - the 55Zh6 Nebo radar and, probably, the Gamma-S1E radar." It comes as Ukrainian forces have been depleting russian air defense and air assets to prepare for the arrival of Ukraine's F-16 Western fighter jets.*» [68];

Слід також відзначити **снайперські навички:** «*Ukrainian sniper claims new world record after wiping out russian soldier 2.36 miles away. According to reports, the unnamed member of Ukraine's security service SBU achieved the remarkable feat, surpassing the previous record of 2.2 miles by a Canadian special operations sniper in Iraq in 2017. The SBU said: "[Our] snipers are rewriting the rules of global sniping, showcasing unparalleled abilities to operate effectively at remarkable distances.*» [71];

Опираючись на наше дослідження ми виявили 5 ключових рис характеру: бойова майстерність, тактична майстерність, інженерні та технічні навички, стратегічне планування та снайперські навички. Кожна характеристика займає 20%. Для детальнішого розуміння відсоткового співвідношення опису професійних навичок українських військових ми створили діаграму (див. Рис. 2.2.).



Рис. 2.2.

Отже, у результаті аналізу висвітлення війни в Україні британськими ЗМІ можна зробити висновок, що медіа Великої Британії активно формують образ українського військового. ЗМІ, такі як Daily Express, BBC, Financial Times, The Guardian та The Independent, активно висвітлюють не лише військові події, а й політичні, економічні та гуманітарні аспекти війни. Українські солдати часто зображуються як символи мужності та рішучості, що незламно стоять проти російської агресії. Лексичні засоби, такі як епітети та метафори, підкреслюють їхню стійкість і рішучість. Також ми виконали процентне співвідношення опису рис характеру та професійних навичок українських військових.



## РОЗДІЛ 3.

### ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗУ УКРАЇНСЬКОГО ВІЙСЬКОВОГО В АМЕРИКАНСЬКИХ ЗМІ

#### 3.1. Ключові видання та їхній підхід до висвітлення війни в Україні

Висвітлення війни в Україні в американських ЗМІ є важливим аспектом формування громадської думки, оскільки США активно підтримують Україну в її боротьбі з російським вторгненням. Ключові американські видання мають різний підхід до висвітлення цього конфлікту, що проявляється у виборі тем, стилі подачі матеріалів та тональності статей. Розглянемо найбільш впливові медіа в США та порівняємо їх підходи до висвітлення війни в Україні, зокрема у контексті зображення українських військових.

The New York Times — одне з найбільш авторитетних американських видань, яке часто публікує глибокі аналітичні матеріали, репортажі з місця подій та інтерв'ю з учасниками конфлікту. Його висвітлення війни в Україні характеризується високим рівнем аналітики, міжнародної політики та репортажів з місця подій. Видання зазвичай приділяє велику увагу стратегії війни, політичним і військовим аспектам, а також гуманітарним питанням. Статті про українських військових часто зосереджуються на їхній відданості, рішучості, патріотизмі та героїзмі, але також включають відгуки про їхні труднощі, моральні дилеми та втрати [82].

The Washington Post має схожий підхід до висвітлення війни, приділяючи значну увагу як військовим, так і гуманітарним аспектам конфлікту. Вони публікують статті, в яких досліджуються стратегії українських військових, їхні відносини з міжнародними партнерами, зокрема з США, а також внутрішні зміни у Збройних Силах України. Видання активно висвітлює підтримку України з боку США, акцентуючи увагу на тому, як американська зброя допомагає українським військовим на полі бою. Одним з основних акцентів є висвітлення важливості підтримки України в контексті глобальної безпеки і стабільності [86].

CNN активно висвітлює події війни в Україні через інтерв'ю та візуальні матеріали. Їхній підхід здебільшого фокусується на швидкому реагуванні на події, часто публікують новини, що стосуються бойових дій, міжнародної допомоги, санкцій, а також гуманітарної кризи. Медіа постійно оновлює новини про війну, публікуючи свіжі репортажі, інтерв'ю з політичними діячами та військовими експертами. CNN активно висвітлює гуманітарні катастрофи, жертви війни та реакцію міжнародної спільноти. Іноді на каналі можна побачити репортажі про солдатів, які пережили бойові дії, інтерв'ю з командуванням або добровольцями, а також історії про знищення ворожої техніки [62].

Fox News має значно більш консервативну орієнтацію в порівнянні з іншими виданнями. Висвітлення війни часто акцентує на стратегічних аспектах підтримки України США, на наданні зброї та техніки. Українські військові часто зображуються як герої, які борються за свободу, але в контексті великої загрози, яку становить росія. У Fox News також публікуються матеріали, що підкреслюють важливість американської допомоги Україні та роль США у формуванні міжнародної коаліції проти Росії. Вони часто зображують президента США Джо Байдена та демократичну адміністрацію як основних ініціаторів підтримки України, що може викликати критику з боку консервативної аудиторії. Ключовими темами видання є: американська політика, військова допомога Україні, внутрішньополітичні дебати щодо підтримки України, безпека США [77].

Порівняння тональності статей:

- Оптимістична та героїчна: The New York Times і The Washington Post часто створюють образ героїчних українських військових, акцентуючи на їхній відданості і рішучості, але також звертають увагу на складні моральні аспекти війни.
- Емоційна та драматична: CNN більше фокусується на емоціях і людських історіях, підкреслюючи трагічні моменти, зокрема через інтерв'ю з солдатами та їхніми родинами.

- Патріотична та агресивна: Fox News зображує українських військових як героїв, що стоять на передовій боротьби з Росією, часто підкреслюючи важливість американської підтримки та боротьби за свободу [77].

Отже, висвітлення війни в Україні в американських ЗМІ відрізняється залежно від медіа, що формує різні образи українських військових. The New York Times і The Washington Post зосереджуються на героїзмі українських військових, акцентуючи на їхній відданості, рішучості та складних моральних аспектах війни. CNN підкреслює емоційні історії солдатів та гуманітарні питання, часто висвітлюючи трагедії. Fox News робить акцент на патріотичному героїзмі українських військових, зокрема через важливість американської підтримки та боротьбу за свободу. Усі видання відображають різні аспекти конфлікту, зокрема бойові та гуманітарні, у різних тональностях – від оптимістичних до емоційних та патріотичних.

### 3.2. Мовностилістичний аналіз текстів про українських військових

Для опису образу українського військового в американських ЗМІ було вибрано газету «The Washington Post», де описуються професійні навички та риси характеру українських військових.

*«I mean, there are some inconveniences, but life doesn't end there, does it? No, it doesn't," Burei said. «Yes, it is uncomfortable. Yes, it hurts. Yes, it is not yours. Well, what can you do? What is the way out?»* (Я маю на увазі, є деякі незручності, але життя на цьому не закінчується, чи не так? Ні, це не так”, – сказав Бурей. “Так, це незручно.

Так, боляче. Так, це не ваше. Ну що поробиш? Який вихід? ; переклад мій) [87].

Образ військового, відображений у цій фразі, є **прагматичним, стійким, життєствердним та мужнім**. Прагматизм можна описати цими словами Бурей *«Yes, it is uncomfortable. Yes, it hurts. Yes, it is not yours...»* Вони свідчать про його здатність оцінювати ситуацію без ідеалізації. Він розуміє труднощі, з якими стикаються військові, і приймає їх як частину свого обов'язку. Ніяких ілюзій —

тільки реальність, де є труднощі, але вони не визначають результат. **Стійкість** описує фраза «*life doesn't end there*» демонструє стійкість Бурея, його готовність продовжувати боротьбу, незважаючи на всі негаразди. Він не дозволяє труднощам зупинити себе, натомість адаптується до обставин і шукає вихід із ситуації, навіть коли все навколо здається складним. **Життєвий оптимізм** відображений у останній частині фрази, де він запитує «*Well, what can you do? What is the way out?*», відображає підхід до життя, в якому важливіше не скаржитися на обставини, а діяти. Бурея приймає труднощі як даність і шукає практичні рішення, що підкреслює його внутрішню силу і рішучість. **Мужність** та **адаптація**: його слова також свідчать про здатність до психологічної адаптації. Незважаючи на важкі умови війни — незручність, біль, непередбачуваність ситуації — він не здається, не шукає виправдань і не падає духом. Він просто зосереджений на тому, щоб рухатися вперед і знаходити можливості для подолання труднощів.

*«Burei has remained deployed in eastern Ukraine with the 58th Motorized Brigade despite being able to claim that he's "unfit for military service." He pleaded with the brigade's leadership to stay in some capacity and works as an administrative clerk in a rear base away from the unit's forward-most positions.»* (Бурея залишився на сході України в складі 58-ї моторизованої бригади, незважаючи на те, що він міг стверджувати, що він “непридатний до військової служби”. Він благав керівництво бригади залишитися на певній посаді та працювати адміністративним клерком у тилівій базі подалі від передових позицій частини; переклад мій) [87].

Військового, якого описує ця фраза, можна охарактеризувати як **відданого, прагматичного та відповідального**. **Відданість** спостерігається в тому, що Бурея, незважаючи на те, що мав можливість заявити про свою непридатність до військової служби, залишився в складі бригади, що свідчить про його глибоку відданість своїм обов'язкам і товаришам по службі. Він розуміє важливість своєї присутності в бригаді і не шукає способів уникнути служби, навіть якщо це означає виконання не бойової, а адміністративної ролі. **Прагматизм**: під час війни, коли фізичне чи моральне здоров'я може стати бар'єром для участі в бойових діях, Бурея приймає реалістичне і практичне рішення — не йти з війська, а залишитися і

працювати на тилівій базі. Це дозволяє йому продовжувати служити, не йдучи на компроміси з власним здоров'ям, і одночасно приносити користь своїй частині. Бурея можна описати *відповідальним* адже він прагне залишити за собою функціональну роль у тилу, що свідчить про його бажання не бути бездіяльним у критичний момент. Його бажання працювати адміністративним клерком — це знак того, що він не бажає бути пасивним спостерігачем, а готовий зробити свою частку навіть у тилу, виконуючи важливі адміністративні обов'язки, щоб забезпечити функціонування бригади.

*«Before he signed up to fight on the first day of the war, Burei had a plan. He had been careful with his finances to provide for his family — a wife and three children. His days started with coffee at 7 a.m. before taking the kids to school. His youngest child, a girl, was just 3 when he enlisted.»* (Перед тим, як записатися воювати в перший день війни, Бурею мав план. Він дбайливо ставився до своїх фінансів, щоб забезпечити сім'ю — дружину і трьох дітей. Його дні починалися з кави о сьомій ранку перед тим, як відвести дітей до школи. Його наймолодшій дитині, дівчинці, було лише 3 роки, коли він пішов на службу; переклад мій) [87].

Судячи з цього фрагменту образ героя можна описати, як *відповідального батька, сімейного чоловіка, і прагматичного героя, готового до великих жертв* заради родини та батьківщини. Бурея можна вважати *відповідальним батьком та сімейним чоловіком*. Перед тим як записатися на службу, він чітко усвідомлював свою відповідальність за свою сім'ю — дружину та трьох дітей. Він дбайливо ставився до фінансів і планував свою родину, щоб забезпечити їй стабільність навіть у ситуації, коли йому доведеться йти на фронт. Це показує його високий рівень відповідальності та турботи про тих, кого він залишає вдома, перед тим як вирушити на війну. *Прагматизм*: військовий день Бурея починається з ранкової кави і рутини — він виводить дітей до школи, що показує його організованість і здатність підтримувати баланс між звичайним життям та військовими обов'язками. Цей образ свідчить про прагматичний підхід до життя, коли навіть у важкий час, він не забуває про свою роль батька і чоловіка. Військовий наділений такою рисою характеру, як *готовність до жертви*: його рішення йти на фронт, незважаючи на

молодий вік дитини (три роки), демонструє готовність до жертви заради вищої мети — захисту родини і країни. Цей крок говорить про його сильне почуття обов'язку, про те, що він ставить інтереси держави і майбутнє своїх дітей на перше місце, навіть коли особисті ризики величезні.

*«Ryazantseva was the kind of girl who loved heels. She drove a pink car. She was one of the top stylists in Ukraine, with her own wardrobe studio for movie casts.»* (Рязанцева була з тих дівчат, які любили каблуки. Вона їхала на рожевій машині. Вона була одним із найкращих стилістів України, мала власну гардеробну студію для акторів кіно; переклад мій) [87].

Образ жінки-військової, описаний у цій фразі, вказує на *індивідуальність, неочікувану трансформацію та внутрішню силу жінки. Індивідуальність та стиль*: Рязанцева, як зазначено, була з тих дівчат, які любили каблуки, і мала рожеву машину — ці деталі характеризують її як жінку, яка цінує зовнішній вигляд і комфорт. Вона була одним з найкращих стилістів України, що свідчить про її високий професіоналізм і вміння працювати з естетикою та іміджем. Це показує її як людину, яка прагне виразити себе через зовнішній вигляд і створення образів для інших. *Незалежність і амбіції* можна описати цією фразою: Рязанцева мала власну гардеробну студію для акторів кіно, що також підкреслює її підприємницький дух і незалежність. Це свідчить про те, що вона була впевненою в собі, амбітною і успішною жінкою, яка досягла певного рівня в кар'єрі і мала значний вплив на сферу моди та стилю в Україні. Незважаючи на свій колишній спосіб життя, Рязанцева, ймовірно, зазнала *внутрішньої трансформації*, коли вирішила стати частиною війни. Її перехід від людини, яка прагне до естетики і комфорту, до військової служби — це підтвердження її сили волі, готовності до змін та *мужності*. Це образ жінки, яка, незважаючи на свою попередню життя, здатна стати частиною війни, виконувати обов'язки і виявляти героїзм у зовсім іншій сфері.

*«She was handed a gun she didn't know how to use and deployed to Hostomel, where russian paratroopers descended on the airfield from waves of helicopters. Her teeth chattered as she cowered behind an armored personnel carrier. She and the*

*Ukrainian troops she had just met were caught in an ambush.*» (Їй вручили пістолет, яким вона не вміла користуватися, і відправили в Гостомель, де на аеродром з хвилі вертольотів спустилися російські десантники. Її зуби цокотіли, коли вона скорчилася за бронетранспортером. Вона та українські війська, яких вона щойно зустріла, потрапили в засідку; переклад мій) [87].

Українська захисниця, що описана у цьому фрагменті, є **незламним**, але також **людським** і **вразливим**. **Невпевненість та страх** — перша реакція героїні, коли їй вручили пістолет, яким вона не вміла користуватися, свідчить про її невпевненість і незнання, що вона потрапила в ситуацію, для якої не була підготовлена. Вона не має досвіду і відчуває страх, який посилюється, коли вона потрапляє в засідку. Це додає людяності її образу: вона — не супергерой, а звичайна людина, яка, незважаючи на відсутність досвіду, намагається виконати свій обов'язок. Для захисниці притаманна така риса, як **людська вразливість**: «Її зуби цокотіли, коли вона скорчилася за бронетранспортером» — ця деталь підкреслює її фізичну і психологічну вразливість. Це не образ безстрашного бійця, а людини, що в умовах крайнього стресу відчуває біль, холод, страх і розгубленість, але, попри це, знаходить в собі сили вижити. **Військовий обов'язок та відвага** зображується у перебуванні в такій ситуації, коли вона потрапляє в засідку, демонструє її готовність виконувати свої обов'язки, навіть коли для цього бракує досвіду та знань. Вона не уникає боротьби, а приймає виклик, що став перед нею. Її «скорчення за бронетранспортером» — це не просто дія для фізичного захисту, але й символ її відваги і сили волі, щоб пережити найгірші моменти війни. Крім фізичних труднощів, образ героїні передає також **емоційну боротьбу**. Її переживання — це не лише реакція на страх, але й на розгубленість і необхідність швидко адаптуватися до нових реалій війни. Вона проходить через трансформацію від новачка до бійця, готового діяти в умовах смертельної небезпеки.

*«She said she killed for the first time days after that: She shot a russian soldier in the Kyiv suburb of Irpin. “I was so nauseous then,” she said. She was later deployed to the Belarusian border on a reconnaissance mission, wearing adult diapers while lying down in the swamps because raising her head too much could mean revealing*

*her location.*» (Вона сказала, що вбила вперше через кілька днів після цього: Вона застрелила російського солдата в київському передмісті Ірпінь. «Тоді мене так нудило, — сказала вона. Пізніше її відправили до білоруського кордону з розвідувальною місією, вона лежала в болотах у підгузках для дорослих, тому що занадто сильно підняти голову могло означати розкриття її місцезнаходження; переклад мій) [87].

Характеристика захисниці, що виникає з цього фрагмента є складний і багатогранний, він поєднує в собі **глибоку психологічну травму, важкі моральні дилеми та професіоналізм** в умовах екстремальної ситуації. **Психологічний стрес та травма** з'являються через кілька днів після того, як вона здійснила цей вчинок у спогадах героїні про першого убитого нею російського солдата. Її відчуття нудоти після вбивства підкреслює глибоку емоційну реакцію на перший акт насильства. Це не геройський момент, а момент болю і відчуття розладу, коли вона стикається з наслідками своїх дій. Це людський момент, коли смерть, навіть у війні, викликає дискомфорт і моральну боротьбу. **Військовий професіоналізм і витривалість**: після пережитого шоку, героїня продовжує виконувати свою місію, хоча й за найскладніших умов. Її відправка на білоруський кордон і виконання розвідувальної місії під час, коли вона «лежала в болотах у підгузках для дорослих», показує її готовність до неймовірних фізичних та моральних випробувань. Це прояв її професіоналізму та відданості обов'язку, навіть коли умови вкрай неприємні й небезпечні. Вона змушена діяти в умовах абсолютної ізоляції та небезпеки, де кожен рух може призвести до її загибелі. Ряханцева зазнала **фізичний і психологічний дискомфорт**: лежачи в болотах у підгузках. Героїня одночасно переживає фізичний дискомфорт та психологічне напруження, адже кожна її дія може бути помічена ворогом. Це деталь, що підкреслює важкість її становища і необхідність знаходити в собі сили виконати завдання, навіть коли для цього необхідно подолати свої фізіологічні й психологічні бар'єри. Її шлях від першого вбивства до місії на білоруському кордоні свідчить про **внутрішню боротьбу** героїні між людськими емоціями, що супроводжують насильство, і необхідністю виконувати накази. Війна стирає багато моральних і етичних бар'єрів,



і її образ втілює перехід від «нормальної» людини до людини, що адаптується до екстремальних умов війни, де інші цінності часто стають на другий план.

*«I think I'm going to die soon,» Ryazantseva said recently. «Well, to fall in battle. But I'm not afraid of death at all.»* (Думаю, я скоро помру», — сказала нещодавно Рязанцева. «Ну, впасти в бою. Але я зовсім не боюся смерті; переклад мій) [87].

Образ військовослужбовиці Рязанцевої, який представлений в цій цитаті, відображає глибоку *рішучість, мужність та філософський підхід до смерті* в умовах війни. *Готовність до смерті як неминучості* можна зазначити у вислові *«I think I'm going to die soon»*. Це свідчить про те, що для цієї людини війна вже стала частиною її реальності, і смерть, як частина цього досвіду, сприймається не як щось страшне, а як можливий результат боротьби. Вона не боїться смерті, оскільки прийняла її як неминучий фінал, який може настати в будь-який момент під час бойових дій. Це відображає сприйняття війни як абсолютного ризику і життєвого контексту, де смерть — це лише один з етапів, а не кінець. Рязанцева наділена *внутрішньою стійкістю і відсутністю страху*: *«I'm not afraid of death at all»*. Ця фраза підкреслює не просто відсутність страху перед смертю, але й певну спокійність та рішучість. Це не геройський пафос, а реальна внутрішня позиція, що є результатом пережитих складних ситуацій на війні. Вона не захоплюється романтикою бою, але готова спокійно зустріти будь-який результат. Її слова передають глибоке самоприйняття та тверде переконання, що смерть не може бути вироком або поразкою, якщо це частина боротьби за свою країну. Відсутність страху перед смертю може також свідчити про більш *філософське ставлення до життя* в умовах війни. Для цієї людини війна, ймовірно, стала не лише фізичним випробуванням, але й можливістю для роздумів про сутність життя, смерті та людської відваги. Це може свідчити про внутрішнє сприйняття смерті як частини циклу, де важливіше те, як людина живе, а не те, як помирає. Вона говорить про свою ймовірну смерть не як про щось, що її лякає, а як про неминучість, на яку вона готова. Це свідчить про її *внутрішню стійкість та зосередженість на виконанні бойового* завдання, а не на персональних переживаннях або емоціях. Вона готова до бою, готова виконувати свій обов'язок, навіть якщо це означає ризик для життя.

*«Taras's faith has been just about the only constant in his life since then. He and his comrades in the Bratstvo Battalion, which focuses on sabotage missions against russian forces, pray together before every operation.»* («Відтоді віра Тараса була чи не єдиною константою його життя. Він і його товариші в батальйоні «Братство», який зосереджується на диверсійних місіях проти російських військ, разом моляться перед кожною операцією; переклад мій) [87].

Образ Тараса, передає *глибоке моральне і духовне зосередження*, яке стає ключовим аспектом його життя на війні. Тарас є військовим, для якого віра — це не лише особистий вибір, а й основна підтримка у надзвичайно важких умовах війни. Вона є стабільним і важливим елементом його життя, який допомагає йому та його товаришам по зброї знаходити сили та натхнення для продовження боротьби. Це підкреслює *духовну стійкість*, яка є такою ж важливою, як і фізична витривалість. *Колективний дух та братерство*: разом з товаришами по батальйону «Братство», Тарас бере участь у спільних молитвах перед кожною операцією. Це не лише підкреслює його особисту релігійність, а й вказує на колективний дух та єдність в їхніх діях. Вони не просто солдати, а браття, що розділяють одну мету, готові підтримувати один одного на всіх етапах бойових дій. Це також може вказувати на відчуття глибокої вірності і відповідальності один перед одним. Тарас і його батальйон виконують диверсійні місії, які є одними з найнебезпечніших і найбільш ризикованих операцій. У таких умовах молитва перед операцією стає не тільки актом *духовного підкріплення*, але й способом зняти стрес та налаштуватися на найскладніше завдання. Віра є своєрідною опорою для нього, що дає впевненість у правильності їхніх дій і допомагає зберігати ясність розуму навіть у найкритичніших ситуаціях.

*«The Army, taking cues from the Ukraine war, has begun experimenting with dropping small munitions from drones, a tactic used by the Islamic State that has since become a mainstay in Ukraine. It also has made a decision to do away with two surveillance drone platforms, the Shadow and Raven, describing them as unable to survive in modern conflict.»* (Армія, беручи приклад з війни в Україні, почала експериментувати зі скиданням малогабаритних боєприпасів із безпілотників,

тактикою, яку використовує Ісламська держава, яка з тих пір стала опорою в Україні. Вона також прийняла рішення відмовитися від двох платформ безпілотників спостереження, Shadow і Raven, описавши їх як нездатні вижити в сучасному конфлікті; переклад мій) [87].

Образ, який можна вивести з цього опису, вказує на захисників, які знаходяться в епіцентрі інноваційної та адаптивної війни, що характеризується **стратегічною гнучкістю та реалізмом** в підходах до бойових дій. Опис того, як армія впроваджує тактику, що була використана терористичними організаціями (як Ісламська держава) і адаптує її до своїх умов, свідчить про великий рівень **гнучкості** в прийнятті рішень. Військові, що здійснюють ці зміни, мають відкритий **підхід до нових методів**, шукають способи **покращення ефективності** та **приспосовуються до швидко змінюваного** технологічного і бойового середовища. Це вимагає не тільки стратегічного мислення, але й уміння швидко аналізувати ситуацію та впроваджувати необхідні зміни. **Реалістичний підхід до війни** відображається у відмові від безпілотників Shadow і Raven через їхню нездатність вижити в сучасному конфлікті. Це свідчить про практичний і критичний підхід до засобів ведення війни. Це є образ військових, які не тримаються за застарілі технології чи тактики, а з розумінням оцінюють їх ефективність у реальних бойових умовах. Такий підхід вимагає здатності чітко розпізнавати, що працює, а що ні, і бути готовими змінити стратегію навіть на ходу, не чекаючи “ідеального” рішення. **Цілеспрямованість і здатність до експериментів** є одною з ключових рис українського військового. Технічний прогрес у військовій справі, зокрема використання безпілотників для скидання малогабаритних боєприпасів, свідчить про те, що військові в цьому контексті є не лише виконавцями, але й активними учасниками військових експериментів. Вони прагнуть до вдосконалення та шукають нові способи ефективного ведення бойових дій, постійно перевіряючи та адаптуючи свої методи. Це вказує на певну інтелектуальну гнучкість та готовність до нових викликів, що є важливою характеристикою сучасного солдата.

*«We are learning from the battlefield — especially in Ukraine — that aerial reconnaissance has fundamentally changed,» Army Chief of Staff Gen. Randy George*

*said.*» (Ми дізнаємося з поля бою — особливо в Україні — що повітряна розвідка докорінно змінилася», — сказав начальник штабу армії генерал Ренді Джордж; переклад мій) [88].

Характеристика, що виникає з цього висловлювання, зосереджується на **стратегічному інтелекті** та **адаптивності армії** в умовах сучасної війни, особливо коли мова йде про повітряну розвідку та її зміну в контексті війни в Україні. Ось кілька основних рис цього образу: **стратегічний аналіз**: військового тут можна описати як людину, яка активно шукає нові можливості для вдосконалення тактики та технологій на полі бою. Повітряна розвідка, яку генерал Ренді Джордж описує як змінену, вказує на те, що військові мають здатність до інновацій і постійно адаптуються до нових умов, пов'язаних з технологіями, бойовими стратегіями та інформаційними методами ведення війни. Це може включати використання безпілотників, супутникових систем, цифрових технологій для збору даних і аналізу розвідувальних відомостей. Українські захисники наділені **професіоналізмом і технічною підготовкою**. Повітряна розвідка зазнала значних змін, тому військові, що її здійснюють, повинні мати високий рівень професіоналізму та технічної підготовки. Вони повинні вміти працювати з новітніми технологіями, як-от дрони, супутники, або інші спеціалізовані розвідувальні платформи. Це також вказує на необхідність спеціалізованих знань, здатності оперативно впроваджувати нові методи і пристосовуватися до зростаючих вимог на полі бою. **Гнучкість та оперативність** - це те, як можна описати захисника у сьогоденні. «Докорінні зміни» у повітряній розвідці також свідчать про гнучкість військових у прийнятті нових рішень і використанні різноманітних засобів для досягнення переваги над ворогом. Військові, що здійснюють розвідку, постійно адаптуються до умов бойових дій, змінюють свої підходи залежно від розвитку ситуації на фронті та нових загроз. Вони повинні бути готовими до швидких змін в тактиці та технологіях, що дозволяють отримувати інформацію про супротивника ще до того, як він здійснить свій наступ. Оскільки розвідка є одним з основних компонентів стратегії в сучасних війнах, військові, які беруть участь у таких операціях, повинні демонструвати не тільки

тактичну спритність, а й *стратегічне мислення*. Вони мають здатність *прогнозувати й аналізувати* ходи супротивника, враховуючи великі обсяги даних і інформації, що збирається за допомогою новітніх технологій.

*«The Ukrainians have discovered some innovative solutions to detect drones, Gen. James B. Hecker, the chief of Air Force operations in Europe and Africa, said during a recent symposium.»* (Українці відкрили кілька інноваційних рішень для виявлення безпілотників, — заявив під час недавнього симпозиуму генерал Джеймс Б. Хекер, начальник операцій ВПС у Європі та Африці; переклад мій) [88].

Опис українських воєнних, який виникає з цього висловлювання, підкреслює *інноваційність, технічну майстерність та адаптивність* українських військових у сучасному бойовому середовищі, особливо в умовах інтенсивного використання безпілотників (дронів) на полі бою. Ось кілька ключових характеристик цього образу. Військові, про яких йдеться в цьому контексті, — це люди, які активно шукають і впроваджують нові технічні рішення для подолання сучасних загроз. Українські військові не просто реагують на виклики, а й активно створюють власні методи боротьби з новими технологіями, як, наприклад, виявлення безпілотників. Цей аспект підкреслює їхню креативність та здатність адаптуватися до умов швидко змінюваного конфлікту. Українські захисники наділені *здатністю адаптуватися до технологічних змін*. Використання безпілотників на полі бою стало однією з головних тактичних змін у сучасних війнах. Образ військового в даному контексті показує людей, які швидко реагують на ці зміни і адаптуються до нових умов. Вони розуміють важливість технологій у веденні війни і активно шукають нові інструменти і тактики, щоб мати перевагу над ворогом, навіть у боротьбі з такими високотехнологічними засобами, як дрони. Слід зазначити *високу кваліфікація та стратегічне мислення військових*. Це також образ військових, які мають глибокі технічні знання та вміння застосовувати їх у стратегічному контексті. Вони не тільки здатні створювати нові технологічні рішення, але й розуміють, як ці рішення вписуються в загальну стратегію війни. Військові, які мають змогу виявляти безпілотники, демонструють своє стратегічне мислення, орієнтуючись на захист від новітніх загроз, як, наприклад, нещодавно

популярнізовані дрони-розвідники та бойові безпілотники. Образ українського воїна уособлює в собі **технічне лідерство та співпраця з міжнародними партнерами**: Генерал Джеймс Б. Хекер підкреслює важливість українських інновацій у галузі виявлення безпілотників, що також говорить про лідерство та здатність до співпраці з міжнародними партнерами. Це не лише прояв технологічних досягнень, а й важливий аспект взаємодії з іншими країнами, які оцінюють досвід України в цьому напрямку. Українські військові демонструють, що вони не лише адаптуються до нових загроз, але й можуть поділитися своїми рішеннями з міжнародними партнерами, розвиваючи спільні методи боротьби з новітніми технологіями. Враховуючи швидкий розвиток технологій, образ військового в цьому контексті також передбачає здатність до швидкої адаптації до нових реалій. Військові повинні мати можливість **швидко реагувати** на зміну тактики ворога, особливо коли йдеться про застосування безпілотників, які постійно вдосконалюються. Українські військові довели свою здатність до **гнучкості** у впровадженні нових технологій, що дає їм можливість не лише захищатися, але й активно наступати, застосовуючи інноваційні рішення. У цьому контексті йдеться також про **прагматизм** військових, які розуміють, що сучасна війна вимагає не лише фізичних зусиль, а й високотехнологічних інструментів. Українські військові виявляють **реалістичний підхід** до технологічних загроз, визнаючи важливість розробки та впровадження нових рішень для боротьби з безпілотниками.

*«He told the story of two Ukrainians who collected thousands of smartphones, affixed microphones and connected them to a network capable of detecting the unique buzzing sound of approaching unmanned systems. The information then gets relayed to air defense soldiers who can take action. The effort was briefed to the Pentagon's Missile Defense Agency and referred to NATO and U.S. commands to potentially duplicate, Hecker said.»* (Він розповів історію двох українців, які зібрали тисячі смартфонів, прикріпили мікрофони та підключили їх до мережі, здатної визначати унікальний звук дзижчання наближення безпілотних систем. Потім інформація передається солдатам ППО, які можуть вжити заходів. Про це було повідомлено

Агентство протиракетної оборони Пентагону та передано командуванням НАТО та США для потенційного дублювання, сказав Гекер; переклад мій) [88].

Образ військових, що виникає з цієї історії, відображає *інтелектуальну винахідливість, технічну майстерність та інноваційний підхід* до ведення війни. Ось основні риси, які це характеризують: *креативність*. Військовий в цьому контексті постає як інноватор, який здатний знаходити нові рішення для надскладних завдань. Історія про те, як українці зібрали тисячі смартфонів і створили систему, що визначає звук наближення безпілотників, свідчить про велику креативність у використанні доступних технологій для вирішення конкретних військових завдань. Це свідчить про здатність адаптувати цивільні технології до потреб фронту, що підкреслює гнучкість та технічний розум військових. Ідея використання смартфонів, мікрофонів та мережі для виявлення безпілотників показує *прагматичний підхід до ресурсів*. Українські військові, маючи обмежені технічні можливості та обладнання, шукають нестандартні рішення, які можуть бути ефективними навіть у умовах обмеженого доступу до дорогих або складних систем. Цей підхід підкреслює ресурсозаощадність і здатність максимізувати ефективність наявних ресурсів. Підключення такої інноваційної системи до мережі Пентагону та НАТО вказує на важливість *міжнародної співпраці* та обміну досвідом. Військові, що розробили цей метод, не лише вдосконалюють свою тактику, але й демонструють здатність працювати в кооперації з союзниками. Вони виявляють відкритість до нових ідей і *готовність співпрацювати* для підвищення ефективності протиповітряної оборони. Українські військові, що розробили таку систему, демонструють високий рівень *технічної обізнаності* і здатність використовувати її в стратегічному контексті. Їхня здатність передбачити потреби на полі бою і розробити систему, яка дозволяє своєчасно реагувати на загрози з безпілотників, свідчить про глибоке розуміння сучасних військових технологій. Розробка і впровадження такого рішення вимагала значних зусиль та певного *ризик*у, особливо в умовах активних бойових дій. Військові, які працюють над подібними інноваціями, проявляють не лише технічні здібності, а й *відвагу* в умовах війни. Вони прагнуть створити засоби, які можуть

змінити хід битви, навіть коли це означає працювати в умовах обмежених ресурсів. Історія також демонструє, що ці військові мають високий рівень *відповідальності* за свої інновації, оскільки вони не тільки вирішують поточні завдання, але й діляться своїми рішеннями з міжнародними партнерами. Це вказує на *лідерські* якості, які дозволяють їм не лише впроваджувати нові ідеї, а й передавати їх до більш масштабних оборонних систем.

*«The pace of change In the woods at Fort Johnson, an Army post in western Louisiana, American troops inspired by the lessons of Ukraine have a motto: Dig or die.»* (Швидкість змін у лісі у Форт-Джонсоні, армійському посту в західній Луїзіані, американські війська, натхненні уроками України, мають девіз: Копай або помри; переклад мій) [88].

Образ військового, що постає з цієї фрази, демонструє *практичність*, *рішучість* та *гнучкість* у адаптації до нових умов. Девіз *«Dig or die»* передає сильний акцент слові survival — *здатності вижити* в умовах високого стресу та небезпеки. Це вказує на те, що військові з таким підходом мають *рішучість* і готовність виконувати завдання за будь-яких обставин, навіть якщо це вимагає значних фізичних зусиль чи великих жертв. Вони усвідомлюють, що кожен момент на полі бою може бути критичним, і тому вони орієнтовані на практичні дії, що дозволяють залишатися в живих і виконувати місії. Використання цього девізу в контексті армії США, натхненної досвідом України, демонструє гнучкість та *готовність до швидких змін* в тактиці і стратегії. Українська війна дала уроки, які були швидко інтегровані в тренування американських військових. Це свідчить про їхню здатність не тільки вчитися на помилках і досягненнях інших, а й бути готовими змінювати свою тактику відповідно до нових реалій війни. Вони здатні *адаптуватися до обставин* і робити правильний вибір для ефективного виконання завдання. Фраза *«Dig or die»* також вказує на важливість фізичної підготовки і стратегічного мислення у бойових умовах. Військові повинні бути готові до важких умов, де необхідно швидко реагувати на зміну ситуації та створювати укриття або фортифікації, аби забезпечити своє виживання. Вони володіють *рішучістю* діяти, навіть коли умови небезпечні і вимагають не лише



*тактичних навичок*, але й витривалості, фізичних сил і здатності працювати в екстремальних умовах. Військові, натхненні уроками України, мають високу *ефективність і швидкість реагування* на непередбачувані обставини. Девіз «*Dig or die*» вказує на необхідність моментальної реакції, *швидкого виконання завдань* і беззаперечної фокусації на результат. Це також підкреслює здатність діяти не з позиції владарювання, а з прагматичної оцінки ситуації: якщо не виконати завдання швидко та правильно, це може призвести до фатальних наслідків. *Виживання* як ключова мета. Цей образ вказує на те, що військові не лише захищають свої позиції або намагаються виконати місії, а й мають високий рівень самоусвідомлення: *виживання* є не менш важливим завданням. Вони зосереджені на збереженні власного життя, адже успіх у бою без цього неможливий. Військові з таким девізом повинні мати *психологічну стійкість*, готовність до великих труднощів і вміння витримувати психологічний тиск. В умовах війни, де непередбачуваність та небезпека є нормою, їм необхідно залишатися спокійними, зберігаючи фокус на важливих завданнях, навіть якщо вони здаються практично неможливими.

Опираючись на вищенаведені приклади з цитатами з описом українських військових ми створили процентне співвідношення опису рис характеру військових. Нами були визначені такі риси характеру:

- Стійкість та адаптивність:

«*Yes, it is uncomfortable. Yes, it hurts. Yes, it is not yours. Well, what can you do? What is the way out?*» [87];

«*Ryazantseva was the kind of girl who loved heels. She drove a pink car. She was one of the top stylists in Ukraine, with her own wardrobe studio for movie casts.*»[87];

«*We are learning from the battlefield — especially in Ukraine — that aerial reconnaissance has fundamentally changed,*» *Army Chief of Staff Gen. Randy George said.*» [88];

«*The Army, taking cues from the Ukraine war, has begun experimenting with dropping small munitions from drones, a tactic used by the Islamic State that has since become a mainstay in Ukraine. It also has made a decision to do away with two surveillance drone platforms, the Shadow and Raven, describing them as unable to*

*survive in modern conflict.»«Taras’s faith has been just about the only constant in his life since then. He and his comrades in the Bratstvo Battalion, which focuses on sabotage missions against russian forces, pray together before every operation» [87];*

*«The Ukrainians have discovered some innovative solutions to detect drones, Gen. James B. Hecker, the chief of Air Force operations in Europe and Africa, said during a recent symposium.» [88].*

- **Відданість та самопожертва:**

*«He pleaded with the brigade’s leadership to stay in some capacity» [87].*

- **Планування та відповідальність:**

*«He had been careful with his finances to provide for his family — a wife and three children.» [87].*

*«Burei has remained deployed in eastern Ukraine with the 58th Motorized Brigade despite being able to claim that he’s “unfit for military service.” He pleaded with the brigade’s leadership to stay in some capacity and works as an administrative clerk in a rear base away from the unit’s forward-most positions.» [87].*

*«He told the story of two Ukrainians who collected thousands of smartphones, affixed microphones and connected them to a network capable of detecting the unique buzzing sound of approaching unmanned systems. The information then gets relayed to air defense soldiers who can take action. The effort was briefed to the Pentagon’s Missile Defense Agency and referred to NATO and U.S. commands to potentially duplicate, Hecker said.» [88].*

- **Невипадковість та мужність:**

*«I think I’m going to die soon, but I’m not afraid of death at all.» [87].*

*«Ryazantseva was the kind of girl who loved heels. She drove a pink car. She was one of the top stylists in Ukraine, with her own wardrobe studio for movie casts.» [87].*

- **Терпимість до стресу та емоційна стійкість**

*«She said she killed for the first time days after that: She shot a russian soldier in the Kyiv suburb of Irpin. “I was so nauseous then,” she said. She was later deployed to the Belarusian border on a reconnaissance mission, wearing adult diapers while*

*lying down in the swamps because raising her head too much could mean revealing her location.» [87].*

Для того, щоб детальніше зрозуміти статистику опису рис характеру, ми створили діаграму (див. Рис. 3.1.), де ми виявили, що стійкість та адаптивність займають 45,15%, відданість та самопожертва займають 7,69%. Планування та відповідальність займають 23,08%. Невипадковість та мужність становить 15,38% та терпимість до стресу займає 7,69%.

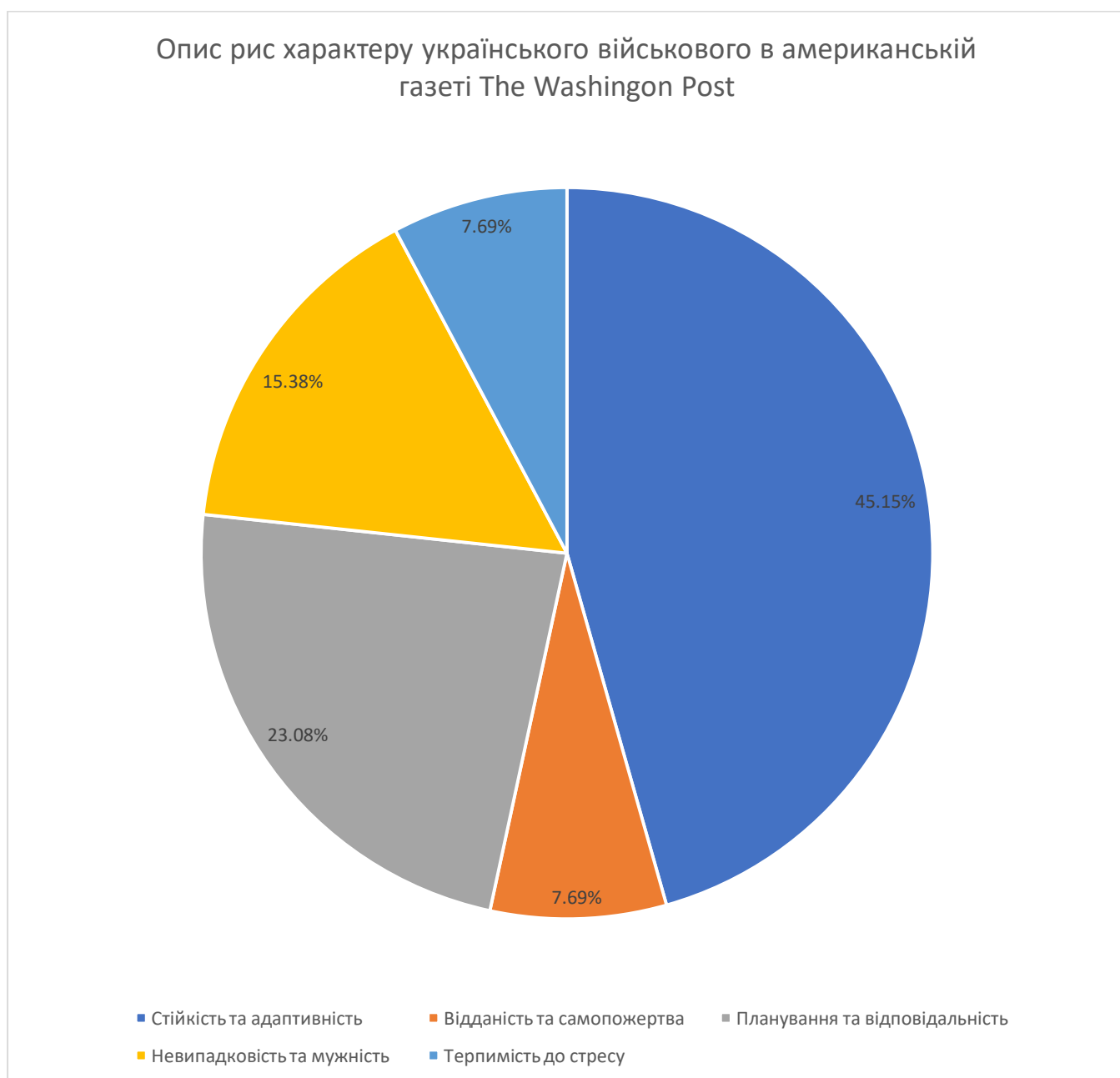


Рис.3.1.

Щодо опису професійних навичок українських військових на матеріалі американської газети The Washington, можна виділити:

- **Адаптація до нових умов війни:**

*«She was handed a gun she didn't know how to use and deployed to Hostomel, where russian paratroopers descended on the airfield from waves of helicopters. Her teeth chattered as she cowered behind an armored personnel carrier. She and the Ukrainian troops she had just met were caught in an ambush.»* ; *«She said she killed for the first time days after that: She shot a russian soldier in the Kyiv suburb of Irpin. 'I was so nauseous then,' she said. She was later deployed to the Belarusian border on a reconnaissance mission, wearing adult diapers while lying down in the swamps because raising her head too much could mean revealing her location.»* [87];

*«The Ukrainians have discovered some innovative solutions to detect drones, Gen. James B. Hecker, the chief of Air Force operations in Europe and Africa, said during a recent symposium.»*; *«The pace of change In the woods at Fort Johnson, an Army post in western Louisiana, American troops inspired by the lessons of Ukraine have a motto: Dig or die.»* [88].

- **Спеціалізація у бойових завданнях:**

*«She was handed a gun she didn't know how to use and deployed to Hostomel, where russian paratroopers descended on the airfield from waves of helicopters. Her teeth chattered as she cowered behind an armored personnel carrier. She and the Ukrainian troops she had just met were caught in an ambush.»* [87];

*«She said she killed for the first time days after that: She shot a russian soldier in the Kyiv suburb of Irpin. 'I was so nauseous then,' she said. She was later deployed to the Belarusian border on a reconnaissance mission, wearing adult diapers while lying down in the swamps because raising her head too much could mean revealing her location.»* [87];

*«The pace of change In the woods at Fort Johnson, an Army post in western Louisiana, American troops inspired by the lessons of Ukraine have a motto: Dig or die.»* [88];

*«Taras's faith has been just about the only constant in his life since then. He and his comrades in the Bratstvo Battalion, which focuses on sabotage missions against russian forces, pray together before every operation.» [87].*

- **Вміння працювати в умовах екстремальних ситуацій:**

*«She was later deployed to the Belarusian border on a reconnaissance mission, wearing adult diapers while lying down in the swamps because raising her head too much could mean revealing her location.» [87];*

*«Her teeth chattered as she cowered behind an armored personnel carrier. She and the Ukrainian troops she had just met were caught in an ambush.» [87];*

*«Taras's faith has been just about the only constant in his life since then. He and his comrades in the Bratstvo Battalion, which focuses on sabotage missions against russian forces, pray together before every operation.» [87].*

- **Технічні навички та інновації:**

*«The Ukrainians have discovered some innovative solutions to detect drones, Gen. James B. Hecker, the chief of Air Force operations in Europe and Africa, said during a recent symposium.» [88];*

*«He told the story of two Ukrainians who collected thousands of smartphones, affixed microphones and connected them to a network capable of detecting the unique buzzing sound of approaching unmanned systems.» [87];*

*«The Army, taking cues from the Ukraine war, has begun experimenting with dropping small munitions from drones, a tactic used by the Islamic State that has since become a mainstay in Ukraine.» [87].*

- **Спільна робота та командний дух:**

*«Taras's faith has been just about the only constant in his life since then. He and his comrades in the Bratstvo Battalion, which focuses on sabotage missions against russian forces, pray together before every operation.» [87];*

*«I think I'm going to die soon,» Ryazantseva said recently. «Well, to fall in battle. But I'm not afraid of death at all.» [87];*

*«Burei has remained deployed in eastern Ukraine with the 58th Motorized Brigade despite being able to claim that he's 'unfit for military service.' He pleaded*

*with the brigade's leadership to stay in some capacity and works as an administrative clerk in a rear base away from the unit's forward-most positions.» [87].*

Проаналізувавши кількість цитат з описом професійних навичок українського військового, ми визначили, що така риса, як адаптація до нових умов війни займає 25%, спеціалізація у бойових завданнях- 25%, вміння працювати в умовах екстремальних ситуації 18,75%, технічні навички та інновації- 18,75% та спільна робота та командний дух 12,5%. Детальніше відсоткове співвідношення можна розглянути на діаграмі (див. Рис.3.2.).

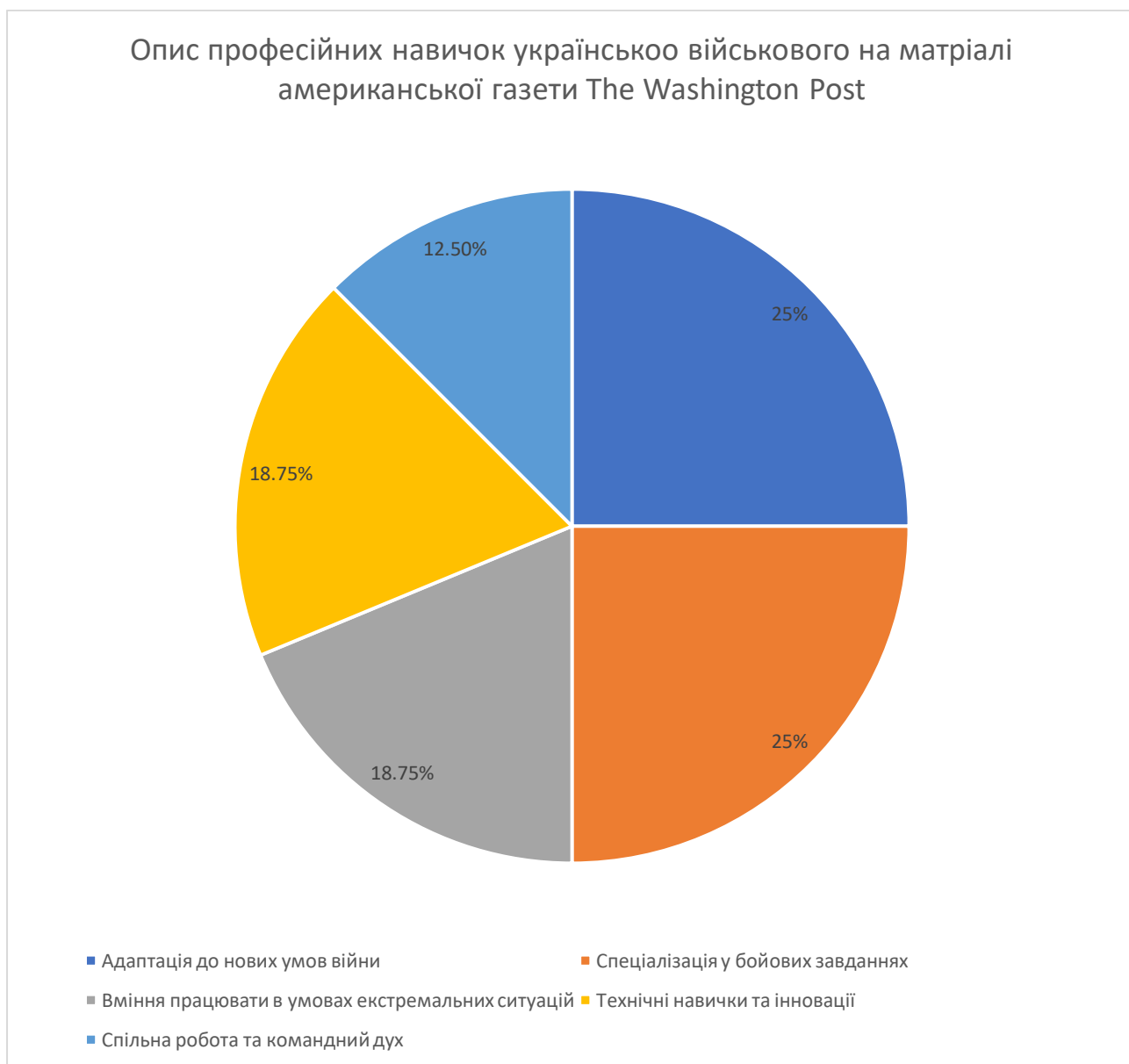


Рис.4

Отже, вибірка образу українського військового в американських ЗМІ була виконана на базі газети “The Washington Post”. Опираючись на інформацію статистичних даних, які ми провели, можна дійти висновку, що головними рисами характеру військових є: мужність, стійкість, терпимість та відданість. До професійних навичок ми віднесли адаптацію до нових умов війни, вміння працювати в умовах екстремальних ситуаціях, спеціалізація у бойових завданнях та технічні навички та інновації.

### **3.3. Образ військового у порівнянні з іншими ключовими образами війни**

Образ військового зазвичай зображує людину, яка безпосередньо бере участь у бойових діях, з високим рівнем відданості та дисципліни. Військовий — це людина, що має чітке завдання, що підлягає наказам і діє у відповідності з військовими стандартами. Образ військового в контексті війни часто асоціюється з такими рисами, як мужність, стійкість, готовність до жертв, дисципліна, ідеалістичні переконання про захист Батьківщини та боротьбу за свободу. До негативних рис військового можна віднести жорстокість, емоційна відчуженість, моральна дилема, внутрішній конфлікт.

Образ цивільного контрастує з образом військового, оскільки цивільні особи не мають прямого відношення до бойових дій, проте часто є жертвами війни. Цивільний — це людина, яка не має військової підготовки і зазвичай не бере безпосередньої участі у військових діях. Вони можуть бути жертвами насильства, руйнувань, наслідків бойових операцій або навіть мати роль у підтримці або критиці війни.

Ще одним важливим образом є образ волонтера. В наш час він є дуже важливим, адже відіграє важливу роль у війні. Образ волонтера з'являється, як антитеза до військового. Волонтери часто мають непрофесійну підготовку, але готові допомагати фронту або цивільним, надаючи медичну допомогу, гуманітарну допомогу, організовуючи допомогу біженцям чи відновлюючи інфраструктуру після бомбардувань.

Образ жертви війни є одним із найбільш трагічних. Це може бути як цивільне населення, так і військові, які стали жертвами бойових дій, або навіть ветерани, які пережили фізичні чи моральні травми війни. Жертви війни підкреслюють руйнівний вплив війни на індивідумів та цілі суспільства. Спільного між жертвою війни та військовими є те, що вони обоє зазнають важких психологічних травм та військові також стають жертвами війни.

Отже, образ військового у війні часто асоціюється з мужністю, стійкістю, дисципліною та готовністю до жертв. Військові зображуються як люди, які виконують чітке завдання, захищають Батьківщину і борються за свободу, проте можуть проявляти негативні риси, такі як жорстокість і внутрішні моральні конфлікти. На відміну від військових, цивільні особи не беруть участі у бойових діях, але часто стають жертвами війни, переживаючи насильство і руйнування. Волонтери, які не мають професійної підготовки, але активно допомагають, створюють антитезу військовим. Образ жертви війни підкреслює руйнівний вплив конфлікту на особистості та суспільства, включаючи як цивільних, так і військових, що переживають фізичні та моральні травми.

#### **3.4. Відмінності у висвітленні українських військових в американських та британських ЗМІ**

Висвітлення українських військових в американських та британських ЗМІ має кілька відмінностей. Хоч ці дві держави є англomовними, проте мають певні відмінності. Наприклад, у культурі, менталітеті, соціальних та медіа традиціях та політичних баченнях.

Висвітлення українських військових в американських ЗМІ часто знаходиться в контексті глобальної боротьби за демократичні цінності. Тональність матеріалів підкреслює важливість підтримки України не лише для її незалежності, але й для зміцнення демократії в усьому світі.

У британських ЗМІ також висвітлюється глобальний контекст, однак вони більше зосереджуються на стратегічних аспектах, таких як роль Великої Британії та Європи в цьому конфлікті. Тут можна побачити більше акцентів на геополітичні



наслідки війни для Європи та НАТО, зокрема на тому, як війна в Україні впливає на безпеку в Європі.

Згідно нашого дослідження на матеріалі британської газети «Daily Express» та американської «The Washington Post», можна зробити висновок, що образ українського військового має певні відмінності.

У британській газеті ключовими рисами характеру є: **рішучість**: «Ukrainians know how to achieve their goals. And we did not choose to achieve our goals in the war.» [74]. **Прагматичність**: «Ukraine's main intelligence confirmed on Monday that Ukraine fighters have successfully hit two russian radar stations in a move that will significantly undermine Vladimir Putin's war machine. The statement continued: "Two expensive russian radar stations were damaged - the 55Zh6 Nebo radar and, probably, the Gamma-SIE radar.» [68]. **Ініціативність**: «Ukrainian forces pushed on with their major cross-border advance into russia's Kursk region for a second week Wednesday, claiming that they took more ground, captured more russian prisoners and destroyed a bomber in attacks on military airfields.» [73].

До професійних навичок ми віднесли: **Бойова майстерність**: «Putin humiliated as Ukraine shoots down three russian fighter jets in a single day.» [70]. **Тактична майстерність**: «Ukraine's main intelligence confirmed on Monday that Ukraine fighters have successfully hit two russian radar stations in a move that will significantly undermine Vladimir Putin's war machine. The statement continued: "Two expensive russian radar stations were damaged - the 55Zh6 Nebo radar and, probably, the Gamma-SIE radar." It comes as Ukrainian forces have been depleting russian air defense and air assets to prepare for the arrival of Ukraine's F-16 Western fighter jets.» [68]. **Інженерні та технічні навички**: «I am proud of all our guys who are mastering these aircraft and have already started using them for our country.» [69]. **Стратегічне планування**: «Ukraine's main intelligence confirmed on Monday that Ukraine fighters have successfully hit two russian radar stations in a move that will significantly undermine Vladimir Putin's war machine. The statement continued: "Two expensive russian radar stations were damaged - the 55Zh6 Nebo radar and, probably, the Gamma-SIE radar." It comes as Ukrainian forces have been depleting russian air defense and

*air assets to prepare for the arrival of Ukraine's F-16 Western fighter jets.» [68].*

**Снайперські навички:** *«Ukrainian sniper claims new world record after wiping out russian soldier 2.36 miles away. According to reports, the unnamed member of Ukraine's security service SBU achieved the remarkable feat, surpassing the previous record of 2.2 miles by a Canadian special operations sniper in Iraq in 2017. The SBU said: "[Our] snipers are rewriting the rules of global sniping, showcasing unparalleled abilities to operate effectively at remarkable distances.» [71].*

Зробивши дослідження на матеріалі американської газети ми дійшли висновку, що ключовими рисами характеру українського військового є:

**Стійкість та адаптивність:** *«Yes, it is uncomfortable. Yes, it hurts. Yes, it is not yours. Well, what can you do? What is the way out?»[87].*

**Відданість та самопожертва:** *«He pleaded with the brigade's leadership to stay in some capacity» [87].*

**Планування та відповідальність:** *«He had been careful with his finances to provide for his family — a wife and three children.»[87].*

**Невипадковість та мужність:** *«I think I'm going to die soon, but I'm not afraid of death at all.» [87].*

**Терпимість до стресу та емоційна стійкість:** *«She said she killed for the first time days after that: She shot a russian soldier in the Kyiv suburb of Irpin. "I was so nauseous then," she said. She was later deployed to the Belarusian border on a reconnaissance mission, wearing adult diapers while lying down in the swamps because raising her head too much could mean revealing her location.» [87].*

До професійних навичок ми віднесли: **Адаптація до нових умов війни:** *«She was handed a gun she didn't know how to use and deployed to Hostomel, where russian paratroopers descended on the airfield from waves of helicopters. Her teeth chattered as she cowered behind an armored personnel carrier. She and the Ukrainian troops she had just met were caught in an ambush.» ; «She said she killed for the first time days after that: She shot a russian soldier in the Kyiv suburb of Irpin. 'I was so nauseous then,' she said. She was later deployed to the Belarusian border on a reconnaissance mission, wearing adult diapers while lying down in the swamps because raising her head too much could mean revealing her location.» [87].*

**Спеціалізація у бойових завданнях:** *«She was handed a gun she didn't know how to use and deployed to Hostomel, where russian*

*paratroopers descended on the airfield from waves of helicopters. Her teeth chattered as she cowered behind an armored personnel carrier. She and the Ukrainian troops she had just met were caught in an ambush.» [87].* **Вміння працювати в умовах екстремальних ситуацій:**

*«She was later deployed to the Belarusian border on a reconnaissance mission, wearing adult diapers while lying down in the swamps because raising her head too much could mean revealing her location.» [87].* **Технічні навички та інновації:** *«The Ukrainians have discovered some innovative solutions to detect drones, Gen. James B. Hecker, the chief of Air Force operations in Europe and Africa, said during a recent symposium.» [88].* **Спільна робота та командний дух:** *«Taras's faith has been just about the only constant in his life since then. He and his comrades in the Bratstvo Battalion, which focuses on sabotage missions against russian forces, pray together before every operation.» [87].*

Опираючись на інформацію з прикладами про образ українських захисників, можна дійти висновку, що в американських ЗМІ військові описуються більш обширно та конкретніше, ніж у британських, так як були описані не лише їхні сильні сторони, а й також слабкі. Щодо процентного співвідношення, у американських ЗМІ акцент припадає більше на риси характеру військових, а в британських навпаки, на професійні навички.

Отже, висвітлення українських військових у американських та британських ЗМІ має кілька ключових відмінностей. В американських медіа акцент робиться на глобальному контексті боротьби за демократичні цінності, підкреслюючи важливість підтримки України для зміцнення демократії в світі. Водночас у британських ЗМІ більше уваги приділяється стратегічним і геополітичним аспектам, зокрема ролі Великої Британії та Європи у конфлікті, а також наслідкам для безпеки Європи та НАТО. Американські ЗМІ зображують українських військових більш конкретніше, акцентуючи не лише їхній позитивний досвід, а й негативний, тоді як британські акцентують на їхніх професійних навичках.

## ВИСНОВКИ

Кваліфікаційна робота, присвячена аналізу образу українського військового в англomовних ЗМІ, охоплює широкий спектр тем, пов'язаних із формуванням цього образу, використанням лексичних та стилістичних засобів, а також впливом медіа на громадську думку. Підсумки дослідження дозволяють зробити низку висновків щодо кожного підрозділу.

Образ, як лінгвістична й соціальна категорія, визначено як сукупність асоціацій, уявлень та характеристик, сформованих через канали комунікації. У медіа образи створюються для спрощення передачі інформації й активного впливу на сприйняття аудиторії. Поняття образ досліджували такі вчені: Парменід, Ксенофонт, Платон, Арістотель, Секст Емпірик, Августин Аврелій, І. Кант, В. фон Гумбольдт, Б. Рассел та ін.), літературознавстві (М.М. Бахтін, П.В. Палієвський, В.В. Кожин, В.М. Жирмунський, Б.В. Томашевський, І.Ф. Волков, М.Б. Храпченко, О.Л. Лосєв, О.А. Галич, М.Х. Коцюбинська, Р. Уеллек, О. Уоррен та ін.), лінгвістиці (О.А. Потебня, М.М. Бахтін, В.В. Виноградов, С.М. Мезенін, В.А. Маслова, О.М. Мороховський та ін.). В медіа образи виконують функцію створення певного іміджу, що є результатом маніпуляцій з інформацією та візуальними елементами для формування уявлень про особу, подію чи явище. Роль образу у медіа особливо важлива, оскільки медіа впливають на колективне сприйняття реальності. Через медіа формується уявлення про людей, події та явища, яке є важливим не лише для створення особистих вражень, але й для соціальних та політичних процесів. Тому образи, створювані медіа, є важливим інструментом формування громадської думки та взаємодії між людьми в суспільстві. Медіаобраз є результатом взаємодії між медіа, аудиторією та соціокультурними контекстами. Це багатогранне явище, яке відображає уявлення про об'єкти реальності через медіа канали. Маклюєн і Пархоменко звертають увагу на його роль у створенні публічного образу та формуванні громадської думки. Англomовні визначення, такі як Cambridge Dictionary і Longman, трактують медіаобраз як сприйняття особистості або явища, сформоване через медіа, зокрема через рекламу та новини.

Психолінгвістика вивчає, як мовні одиниці, такі як слова та вирази, формують когнітивні структури— уявлення та категорії, що допомагають організувати інформацію та формувати образи про навколишній світ. Важливими аспектами є категоризація, просторова та часова організація, що допомагають створювати цілісні образи в свідомості. Мова використовує метафори та інші образотворчі засоби для створення багатозначних уявлень. Метафори допомагають переносити значення з однієї сфери на іншу, що дозволяє створювати нові образи і асоціації, поглиблюючи розуміння реальності. Мовні образи викликають не тільки когнітивні, а й емоційні реакції. Слова здатні викликати позитивні чи негативні емоції в залежності від контексту, що впливає на загальне сприйняття образів. Крім того, культурні контексти визначають різні інтерпретації тих самих мовних виразів. Пропагандистська функція медіа є важливою складовою сучасної комунікації, що включає маніпулювання емоціями, свідомістю та поведінкою аудиторії. Засоби масової інформації використовують різноманітні техніки впливу, такі як вибіркова подача інформації, дезінформація, перекручування фактів, створення стереотипів або образів "ворогів" для досягнення прихованих цілей. в умовах інформаційної війни важливою є роль соціальної реклами, яка допомагає формувати об'єктивний образ українських військових, а також підтримує психологічний стан як військових, так і їх родин, захищаючи від негативного впливу пропаганди та стереотипів. Механізми створення стереотипів у медіа являють собою складний процес формування спрощених та часто однобічних образів груп людей, соціальних ролей чи явищ, який впливає на сприйняття реальності аудиторією. Цей процес може бути як свідомим, так і несвідомим, і він має значний вплив на соціальну взаємодію. Висвітлення військових тем у англійських медіа є важливим фактором у формуванні публічної думки та сприйняття громадськістю військових конфліктів. Мовні стратегії, термінологія та емоційне забарвлення медійних матеріалів значною мірою впливають на інтерпретацію подій і можуть бути інструментом маніпуляцій або пропаганди. Військові репортажі мають ряд жанрових особливостей, зокрема оперативність, емоційну насиченість, змішування жанрів, а також питання нейтральності чи ангажованості.

Провідні британські медіа, такі як Daily Express, The Independent, Financial Times, The Guardian та BBC, активно висвітлюють події на фронті, а також аналізують політичні, економічні та гуманітарні наслідки конфлікту. Вони підкреслюють агресивну політику Росії та надають позитивну оцінку боротьбі України, представляючи її як гідного противника, що протистоїть російській агресії. Таким чином, британські ЗМІ забезпечують збалансоване висвітлення війни в Україні, акцентуючи увагу на агресії Росії, стійкості України та гуманітарних наслідках війни. Це дозволяє формувати громадську думку та сприяти підтримці міжнародних зусиль у контексті конфлікту. Для дослідження образу українських військових було вибрано британське видання «Daily Express», у якому українські військові описуються, як рішучі, відважні, прагматичні та ініціативні. Вони готові досягати своїх цілей, навіть якщо це вимагає великих зусиль, і мають здатність здійснювати ефективні контратаки на території ворога. На основі цитат з британських ЗМІ ми створили діаграми (див. Рис. 2.1. та Рис. 2.2.). Можна виділити кілька основних рис характеру українських військових: рішучість (33,3%), відважність (33,3%), прагматичність (16,7%), ініціативність (16,7%). Окрім особистих рис, у статтях британських ЗМІ ми дослідили такі професійні навички українських військових: бойова майстерність (20%), тактична майстерність (20%), інженерні та технічні навички (20%), стратегічне планування (20%) та снайперські навички (20%).

Американські медіа активно створюють різні наративи, що стосуються образу українських військових, підкреслюючи їхню героїчність, рішучість та відданість справі, але також звертають увагу на складні моральні та психологічні аспекти війни. Американські ЗМІ активно формують позитивне ставлення до українських військових серед своєї аудиторії, підкреслюючи їхні професійні якості, героїзм і важливість боротьби за загальні цінності. Для дослідження образу українського військового в американських ЗМІ ми обрали газету The Washington Post та використали цитати для опису військових. Ми дійшли висновку, що стійкість та адаптивність займають 45,15%. Відданість та самопожертва займають 7,69%. Планування та відповідальність займають 23,08% (див. Рис. 3.1.).

Невипадковість та мужність становлять 15,38% та терпимість до стресу 7,69%. Щодо професійних навичок слід виділити адаптивність до нових умов-25%, спеціалізація у бойових завданнях- 25%, вміння працювати в умовах екстремальних ситуацій 18%, технічні навички та інновації- 18,75% та спільна робота та командний дух 12,50%. Детальніше відсоткове співвідношення можна розглянути на діаграмі (див. Рис.3.2.). Український військовий часто зображується як символ мужності, стійкості та відданості, покликаний захищати свою Батьківщину та ідеали свободи. Високий рівень дисципліни, готовність до жертв і дотримання військових стандартів — це ключові риси образу військового, який, однак, також не позбавлений негативних аспектів, таких як жорстокість, емоційна відчуженість та моральні дилеми, з якими стикаються солдати в умовах війни. Такий образ військового робить акцент на фізичній та психологічній міцності, а також на складності вибору, коли війна ставить людей перед моральними викликами. Американські та британські ЗМІ мають схожі підходи до висвітлення війни в Україні, але є суттєві відмінності у тональності та акцентах. В американських ЗМІ часто підкреслюється героїчний аспект боротьби українських військових за демократичні цінності, з акцентом на людські аспекти війни. В британських ЗМІ більше уваги приділяється стратегічним і геополітичним аспектам, а також професіоналізму українських військових. Ці відмінності відображають культурні, політичні та медіа традиції кожної країни, а також їхні національні інтереси та ставлення до війни в Україні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Словник української мови у 11 т. 1979. Т. 10. 408 с. URL: <http://sum.in.ua/> (дата звернення: 24.11.2024).
2. Біловус Л. І. Український інформаційний простір. Науковий журнал Інституту журналістики і міжнародних відносин КНУКІМ / гол. Ред. М. С. Тимошик. У 2-х ч. Ч. 1. К.: КНУКІМ, 2013. С. 188–191.
3. Богуш Л. А. Вплив медіа на формування громадської думки у світі / Л. А. Богуш // Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені Академіка Степана Дем'янчука.
4. Бутиріна М. В. Механізм стереотипотворення у мас-медіа. URL: <https://textbook.com.ua/etika-ta-estetika/1473446659/s-3>. (дата звернення: 19.10.2024).
5. Бутирський О. Україна у дзеркалі західних ЗМІ. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1878> (дата звернення: 14.10.2024).
6. Вартанов Г. І. Засоби масової інформації. Короткий словник термінів і понять / за ред. проф. А. А. Чічановського. Київ : Грамота, 2005. 64 с.
7. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі / М. К. Василенко/// Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2006. С. 128.
8. Великий тлумачний словник української мови / уклад. і голов. ред. В. Д. Бусел. К.; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2002. С. 815.
9. Волик А. В. Трансформація поняття публіцистичного образу: від витоків до сьогодення. European Cooperation, 2018. Вип 4 (35). С. 33–37.
10. Волик А. В. Філософський, психологічний, художній та публіцистичний образи: сутність понять. Science and education a new dimension. Humanities and Social Sciences, 2019. Вип. VII (32). С. 79–84.
11. Гегель, Георг Вільгельм Фрідріх. Основи філософії права, 1820.



12. Гетманець М., Михайлин І. Сучасний словник літератури і журналістики. Прапор. 2009. С. 384.
13. Глазнюк Л. М. Основні категорії естетики / Л. М. Глазнюк. URL: <https://textbook.com.ua/etika-ta-estetika/1473446659/s-3>. (дата звернення: 15.09.2024).
14. Горбань Ю. О. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. 2015. Вип. 1. С. 136–141.
15. Грабовський С. І. Енциклопедія Сучасної України / редкол. : І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.]. НАН України, НТШ. К. : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2011. URL: <https://esu.com.ua/article-13264> (дата звернення: 15.09.2024).
16. Гриценко О. М. Мас-медіа в процесах демократичних трансформацій українського суспільства (політико-культурологічний аспект): автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора політичних наук: спеціальність 23.00.03 – політична культура та ідеологія / О. М. Гриценко. – Київ. – 2003. – 27 с.
17. Громадська думка / М. М. Розумний // Енциклопедія Сучасної України / Редкол. : І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. – К. : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2006. <https://esu.com.ua/article-31955> . (дата звернення: 18.09.2024).
18. Гукалова І. В. Імідж території як фактор формування якості життя населення. Вісник ОНУ. Сер.: Географічні та геологічні науки. 2014. Т. 19. Вип. 3. С. 115–124.
19. Гурковський В. Захист іміджу Української держави в умовах інформаційної глобалізації. В. Гурковський. 2012. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej16/txts/12GVIUIG.pdf> (дата звернення: 14.10.2024).
20. Данилов В. Особливості формування іміджу Збройних Сил України. 2009.

21. Ейдос. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Ейдос> (дата звернення: 14.09.2024).
22. Завгородня Л. Стереотипи породження та сприймання журналістського твору (на матеріалі газетних текстів): дисертація канд. філол. наук: 10.01.08.
23. Загніко А. «Словник сучасної лінгвістики» <https://r.donnu.edu.ua/bitstream/123456789/249/1/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D1%81%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%B3%D0%B2%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8%20-%202%20%D0%9E%D0%A1%D0%A2%2B%2B.pdf>, С. 307. (дата звернення: 25.09.2023).
24. Загнітко А. П. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни. Донецьк: ДонНУ, 2012. Том 2. С. 307.
25. Задорожна А. В. Висвітлення війни в Україні в американських і британських ЗМІ: порівняльний аналіз // Молодіжна наукова ліга. – 5 травня 2023 р. – Вінниця, Україна. С. 171.
26. Звіт про сприйняття України у світі. URL: <https://brandukraine.org.ua/uk/analytics/zvit-pro-spriynyattya-ukrayini-u-sviti-2022/> (дата звернення: 29.09.2023).
27. Здоровега В. Природа і специфіка образу у журналістиці. Онлайнбібліотека ЛНУ ім. І. Франка 2004. URL: [www.franko.lviv.ua/faculty/jur/publications/visnyk26/Statti\\_Zdorovega.html](http://www.franko.lviv.ua/faculty/jur/publications/visnyk26/Statti_Zdorovega.html) (дата звернення: 21.09.2024).
28. Іващенко В. Л. Типологічна диференціація концептуальних структур як одиниць ментального простору / В. Л. Іващенко // Мовознавство. – 2004. № 1. С. 54–61.
29. Калмикова Л. О., Калмиков Г. В., Лапшина І. М., Харченко Н. В. Психологія мовлення і психолінгвістика : навчальний посібник. – МОНМС України, 2007.
30. Козиряцька С. А. Формування медіаобразу: ретроспектива та сучасність. Київ : [видавництво не вказано], С. 2023. 120.

31. Колода А. Образ України в закордонних ЗМІ. Proceedings of the 14th International Scientific and Practical Conference «Science and Practice: Implementation to Modern Society» (April 26-28, 2023). Manchester : United Kingdom. 2023. P. 272–277.
32. Конах В. В. Виникнення та еволюція поняття «медіа-простір» в науковій думці // Епістемологічні дослідження в філософії, соціальних і політичних науках. – 2015. – № 2. – С. 112–129.
33. Кормич Б. А. Інформаційне право : підручник / Б. А. Кормич і МОНМС України. – Х. : Бурун і К, 2011. – 333 с.
34. Лизанчук Василь. Психологія мас-медіа. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2015.
35. Літературознавча енциклопедія: у 2 т. Київ: / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів: Академвидав, 2007. Т. 2. 624 с.
36. Малик І. Технології інформаційної війни та формування іміджу політика: від теорії до практики. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/xmlui/handle/123456789/58942> (дата звернення: 25.09.2024).
37. Мартинюк А. П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. 196 с.
38. Мина Ж., Яновська А., Матвійчук О. Інформаційна зброя як інструмент впливу на сучасне суспільство. URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/33315/1/34-84-85.pdf> (дата звернення: 28.10.2024).
39. Мізецька В. Я. Вербалізація концепту WAR в дискурсі англомовних ЗМІ.
40. Ожеван М. Маніпулятивні стратегії. Підприємництво в Україні. 2001. № 9. С. 26–27.
41. Пархоменко Я. А. Публіцистична складова медійного образу // Вісник електронних і друкованих ЗМІ. – 2015. – №1 (23). – С. 31–49.
42. Писаренко Л. М. ЗМІ як соціальний інститут впливу на громадську думку. Національний університет «Одеська юридична академія».
43. Пономарів, О. Стереотипи минулого в житті і на сторінках преси.
44. Приступенко Т. О., О. С. Зоріна, Р. В. Радчик, М. К. Василенко, О. Г. Підлуцький, О. К. Глушко, Т. В. Смирнова, М. А. Карась, М. І. Недопитанський, Ю. Ф. Ярмиш, В. В. Гридчина, В. В. Георгієвська, С. Ф. Привалова

ЖУРНАЛІСТСЬКИЙ ФАХ: газетно-журнальне виробництво. Навчальний посібник.

45. Приходько, І. Дослідження поняття «образ» у гуманітарній парадигмі. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: «Лінгвістика»: зб. наук. праць / за ред. В. П. Олексенко. Херсон : Вид-во ХДУ, 2016. Вип. 25. С. 135–139.
46. Прокопенко І. В. Репортаж в газеті. Київ : Видавництво Київського університету, 1959. 150 с.
47. ПСИХОЛОГІЯ МОВЛЕННЯ І ПСИХОЛІНГВІСТИКА: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Калмикова Л. О., Калмиков Г. В., Лапшина І. М., Харченко Н. В.; За заг. ред. Л. О. Калмикової. – К.: Переяслав-Хмельницький педагогічний інститут, в-во “Фенікс”, 2008. – 245 с.
48. Савон К. В. Категорії бренд, імідж, образ та репутація держави: порівняльна характеристика. Національний університет «Одеська юридична академія», аспірантка кафедри політичних теорій. URL: <http://surl.li/dvbm>.
49. Семен Н. Ф. Поняття «інформаційна війна» в контексті соціальних комунікацій. Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації, 2016 р. № 1 (25). С. 22–25.
50. Симоненко О. Інформаційні основи у формуванні іміджу сучасних політичних лідерів України. Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса. 2014. Вип. 2. С. 352–364.
51. Сідько О. К. Сучасний український військовий жаргон. Київ, 2023.
52. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій : навч. посіб. / В. М. Петрик, О. А. Штоквиш, В. В. Кальниш та ін. Київ : Росава, 2006. 208 с.
53. Тер О. М., Голик М. М. Національна ідентичність як чинник формування міжнародного образу держави. Науковий журнал «Політикус», 2020. – С. 135.
54. Терещук В. І. Формування міжнародного іміджу України засобами е PR в контексті забезпечення її інформаційної безпеки. Актуальні проблеми міжнародних відносин: зб. наук. пр. Київ : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2006. Вип. 64. С. 146–152.

- 55.ТЕРЛИБОВКА А. М. Роль засобів масової інформації в маніпулюванні громадською думкою [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://istfak.org.ua/tendentsii-rozvytku-suchasnoi-systemy-mizhnarodnykh-vidnosyn-ta-svitovoho-politychnoho-protsehu/188-transformatsiia-politychnykh-system-derzhav-svitu-v-konteksti-hlobalizatsii/3781>.
- 56.Хазратова Н. В. Структурна модель образу держави. Психологічні перспективи. 2001. Вип. 1. С. 26–36.
- 57.Чаплінська Ю. С. Привабливість образу медіаперсони в рамках парасоціальної теорії. Проблеми політичної психології. Том. 22. С. 22–48.
- 58.Шмиголь М. Ф. Основи філософії / М. Ф. Шмиголь. – Київ : "Центр учбової літератури", 2018. – 410 с.
- 59.Шпилик С. Інформаційна війна, пропаганда та пр: такі схожі й такі різні. Галицький економічний вісник. Тернопіль : ТНТУ, 2014. Т. 47. № 4. С. 178–188.
- 60.Boulding K. The Image: Knowledge in Life and Society. USA MI : University of Michigan Press, 1956. 175 p., с. 121.
- 61.Cambridge Dictionary. Image. Available at: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/image>.
- 62.CNN. Available at: <https://edition.cnn.com/>
- 63.Dictionary of Contemporary English. Image. Available at: <https://www.ldoceonline.com/dictionary/image>
- 64.Dictionary of Media and Communications / ed. M. Danesi. N.Y., London, 2009. P. 151–152.
- 65.Dinnie K. Nation branding: Concepts, issues, practice. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2008. 399 p. URL: <http://surl.li/dvvkj>
- 66.Economia întreprinderii. Craiova : Editura Arves, 2005. P. 421–427, с. 388, 49, 39.
- 67.Express. Ukraine soldiers in Kursk incursion. Available at: <https://www.express.co.uk/news/world/1934384/ukraine-soldiers-russia-kursk-incursion>
- 68.Express.co.uk. (2024, November 25). Ukraine destroys Russian radar stations, delivering another blow to Putin. Express.co.uk. Available at:

[https://www.express.co.uk/news/world/1837077/ukraine-russia-radar-stations-vladimirputin?utm\\_source=mynewsassistant.com&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=embedded\\_search\\_item\\_desktop](https://www.express.co.uk/news/world/1837077/ukraine-russia-radar-stations-vladimirputin?utm_source=mynewsassistant.com&utm_medium=referral&utm_campaign=embedded_search_item_desktop)

69. Express.co.uk. (2024, November 25). Ukraine F-16 fighter jets arrive to boost airpower against Russia in the war. Express.co.uk. Available at: <https://www.express.co.uk/news/world/1932009/ukraine-F16-fighter-jets-russia-war>.
70. Express.co.uk. (2024, November 25). Ukraine shoots down Russian jets, humiliates Putin in the latest war escalation. Express.co.uk. Available at: [https://www.express.co.uk/news/world/1848580/ukraine-war-russian-jets-shot-downputinhumiliated?utm\\_source=mynewsassistant.com&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=embedded\\_search\\_item\\_desktop](https://www.express.co.uk/news/world/1848580/ukraine-war-russian-jets-shot-downputinhumiliated?utm_source=mynewsassistant.com&utm_medium=referral&utm_campaign=embedded_search_item_desktop)
71. Express.co.uk. (2024, November 25). Ukrainian sniper sets world record with two-mile shot against Russia. Express.co.uk. Available at: [https://www.express.co.uk/news/world/1837042/ukraine-sniper-world-record-russiatwomileshot?utm\\_source=mynewsassistant.com&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=embedded\\_search\\_item\\_desktop](https://www.express.co.uk/news/world/1837042/ukraine-sniper-world-record-russiatwomileshot?utm_source=mynewsassistant.com&utm_medium=referral&utm_campaign=embedded_search_item_desktop)
72. Express.co.uk. (2024, November 25). Ukrainian sniper sets world record with two-mile shot against Russia. Express.co.uk. Available at: [https://www.express.co.uk/news/world/1837042/ukrainesniperworldrecordrussiatwomileshot?utm\\_source=mynewsassistant.com&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=embedded\\_search\\_item\\_desktop](https://www.express.co.uk/news/world/1837042/ukrainesniperworldrecordrussiatwomileshot?utm_source=mynewsassistant.com&utm_medium=referral&utm_campaign=embedded_search_item_desktop)
73. Express.co.uk. (2024, November 26). Putin's puppet in Kursk: Ukraine's M16 weapons used in counteroffensive. Express.co.uk. Available at: [https://www.express.co.uk/news/world/1936310/putinpuppetm16ukrainekursk?utm\\_source=mynewsassistant.com&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=embedded\\_search\\_item\\_desktop](https://www.express.co.uk/news/world/1936310/putinpuppetm16ukrainekursk?utm_source=mynewsassistant.com&utm_medium=referral&utm_campaign=embedded_search_item_desktop)
74. Express.co.uk. (2024, November 26). Ukraine pose with flag in Russian village to defy Putin. Express.co.uk. Available at: <https://www.express.co.uk/news/world/1934564/ukraine-pose-with-flag->

russiavillageputin?utm\_source=mynewsassistant.com&utm\_medium=referral&utm\_campaign=embedded\_search\_item\_desktop#comments-wrapper.

75. Express.co.uk. (2024, November 26). Ukraine pose with flag in Russian village to defy Putin. Express.co.uk. Available at: [https://www.express.co.uk/news/world/1934564/ukraineposewithflagrussiavillageputin?utm\\_source=mynewsassistant.com&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=embedded\\_search\\_item\\_desktop#comments-wrapper](https://www.express.co.uk/news/world/1934564/ukraineposewithflagrussiavillageputin?utm_source=mynewsassistant.com&utm_medium=referral&utm_campaign=embedded_search_item_desktop#comments-wrapper)
76. Financial Time. Available at: <https://www.ft.com/war-in-ukraine>
77. Fox News. Available at: <https://www.foxnews.com>
78. Hartley, J. (2020). *Communication, cultural and media studies: the key concepts*. Routledge. 277 p.
79. Lakoff G., Johnson M. *Philosophy in the Flesh. The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*. N.Y.: Basic Books, 1999. 624 p.
80. Lipmann B. *Public Opinion*. New York, London, 1949.
81. McLuhan M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. McGraw-Hill, 2013. Available at: [https://spada.uns.ac.id/pluginfile.php/671597/mod\\_resource/content/1/Understanding%20Media.pdf](https://spada.uns.ac.id/pluginfile.php/671597/mod_resource/content/1/Understanding%20Media.pdf)
82. New York Times. Available at: <https://www.nytimes.com/international/>
83. PISOI C., TRAISTARU A., MANDRULEANU N. *Teste de marketing. Sinteze*.
84. *Psycholinguistics: a survey of theory and research problems* / Charles E. Osgood, Ed. for Thomas A. Sebeok, Associate Editor, 1954.
85. Sapir, E. Symbolism: *Encyclopaedia of the Social Sciences*: Vol. 13, 1948. P. 492–495.
86. Washington Post. Available at: <https://www.washingtonpost.com>
87. Washington Post. Ukraine soldier portraits war anniversary. Available at: <https://www.washingtonpost.com/world/2024/02/24/ukraine-solider-portraits-war-anniversary/>.

88. Washington Post. Ukraine war Pentagon lessons learned. Available at:  
<https://www.washingtonpost.com/national-security/2024/02/22/ukraine-war-pentagon-lessons-learned/>