

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет «Острозька академія»  
Навчально-науковий інститут соціально-гуманітарного менеджменту  
Катедра української мови і літератури

Кваліфікаційна робота  
на здобуття освітнього ступеня магістра  
на тему: «Соціокомунікативний аспект перцепції українських та російських  
військових»

Виконала студентка 2 курсу, групи МУФ-11  
спеціальності 035.01 «Філологія. Українська мова та література»  
Лозюк Софія Андріївна

Керівник – к.ф.н., доц., доцент кафедри  
української мови і літератури  
Мініч Лариса Степанівна

Рецензент – к.ф.н., доц., доцент кафедри  
української мови і літератури  
Шульжук Наталія Василівна

Острог, 2025

## **ЗМІСТ**

|                                                                                                                                                                                    |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ВСТУП.....</b>                                                                                                                                                                  | <b>3</b>  |
| <b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ<br/>СОЦІОКОМУНІКАТИВНОЇ ПЕРЦЕПЦІЇ У ПСИХОЛІНГВІСТИЧНОМУ<br/>КОНТЕКСТІ .....</b>                                            | <b>7</b>  |
| 1.1. Основні поняття соціокомунікації та перцепції .....                                                                                                                           | 7         |
| 1.2. Психолінгвістичний підхід до аналізу дискурсу в військовій сфері .....                                                                                                        | 14        |
| 1.3. Методологія дослідження текстових та вербальних засобів формування<br>образу військових.....                                                                                  | 24        |
| <b>Висновки до першого розділу .....</b>                                                                                                                                           | <b>36</b> |
| <b>РОЗДІЛ 2. ДИСКУРСИВНИЙ АНАЛІЗ ОПИСУ ВІЙСЬКОВИХ В<br/>УКРАЇНСЬКИХ ТА РОСІЙСЬКИХ ДЖЕРЕЛАХ І ФІЛОЛОГІЙНА<br/>ІНТЕРПРЕТАЦІЯ СОЦІОКОМУНІКАТИВНИХ ПРАКТИК .....</b>                   | <b>41</b> |
| 2.1. Лінгвістичні та стилістичні засоби опису українських і російських<br>військових у національних медіа та соцмережах: чатах, каналах та новинних<br>ресурсах.....               | 41        |
| 2.2. Аналіз риторичних прийомів та семантичних моделей у представленнях<br>військових у російських джерелах: каналах, онлайн-чатах, соціальних мережах<br>та медійних текстах..... | 51        |
| 2.3. Порівняльний аналіз дискурсивних стратегій: як українські та російські<br>джерела формують образ військових.....                                                              | 54        |
| 2.4. Психолінгвістична інтерпретація результатів аналізу: синтез теоретичних<br>підходів та практичних спостережень .....                                                          | 61        |
| <b>Висновки до другого розділу .....</b>                                                                                                                                           | <b>64</b> |
| <b>ВИСНОВКИ .....</b>                                                                                                                                                              | <b>68</b> |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....</b>                                                                                                                                         | <b>77</b> |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>                                                                                                                                            | <b>83</b> |

## ВСТУП

У сучасних умовах глобалізаційних процесів та зростання інформаційних потоків роль мови та комунікації набуває особливого значення у формуванні соціальних установок та образів реальності. Особливо актуальним це стає у військовій сфері, де соціокомунікативний аспект перцепції має безпосередній вплив як на внутрішню самоідентифікацію військовослужбовців, так і на сприйняття їх зовнішнім суспільством. Дослідження образу військового через призму соціокомунікативних процесів є важливим для розуміння того, як мова та дискурс конструюють реальність, формують культурну ідентичність та впливають на політичну риторику.

**Проблема дослідження** полягає у недостатньому аналізі специфіки соціокомунікативних механізмів, що впливають на формування образу військового у контексті української та російської мовних практик. Незважаючи на широке вивчення окремих аспектів перцепції та дискурсивних стратегій, комплексне порівняльне дослідження соціокомунікативного аспекту, яке враховує історичні, культурні та політичні чинники, залишається практично невіршеним завданням.

**Ступінь дослідження проблеми** свідчить про наявність численних окремих досліджень у галузі соціолінгвістики та дискурсивного аналізу, проте порівняльний аналіз соціокомунікативної перцепції військових в українському та російському контекстах не отримав належного розвитку. Це створює необхідність в інтегрованому підході, що поєднує методи філологічного аналізу з соціологічними та комунікативними дослідженнями.

**Актуальність дослідження** зумовлена сучасною політичною та інформаційною ситуацією, де формування образу військового стає елементом не лише внутрішньої самоідентифікації, але й інструментом зовнішньої політичної риторики та медіа-маніпуляції. З огляду на зростаючу напруженість у регіоні та активізацію інформаційних кампаній, аналіз соціокомунікативних

аспектів перцепції військових набуває особливої важливості як з теоретичної, так і з практичної точки зору.

**Об’єкт дослідження** – процеси формування соціального образу військового в умовах сучасного інформаційного простору, що містить мовні, дискурсивні та культурні чинники.

**Предмет дослідження** – соціокомунікативні механізми та мовні стратегії, що використовують у конструюванні образу українських та російських військових у медіа та офіційних комунікативних практиках.

**Гіпотеза дослідження** полягає в тому, що соціокомунікативні процеси, зокрема мовні засоби та дискурсивні практики, є визначальними чинниками у формуванні сприйняття військових, і ці процеси мають як спільні, так і специфічні риси в українському та російському контекстах.

**Мета дослідження** – виявити та проаналізувати особливості соціокомунікативного аспекту перцепції військових у двох мовно-культурних середовищах, що дозволить розкрити закономірності формування образу військового та сприятиме глибшому розумінню взаємозв’язку мови, культури та соціальної ідентичності.

Для досягнення поставленої мети у роботі вирішуються такі **завдання**:

1. Дослідити основні поняття соціокомунікації та перцепції, визначити їхню роль у формуванні суспільних уявлень про військових.
2. Схарактеризувати психолінгвістичний підхід до аналізу дискурсу у військовій сфері, розглянути його значення для вивчення механізмів створення та трансляції образу військових.
3. Проаналізувати лінгвістичні та стилістичні засоби опису українських і російських військових у національних медіа, чатах, каналах соціальних мереж та новинних ресурсах.
4. Визначити та дослідити риторичні прийоми й семантичні моделі, що використовують у російських медійних джерелах, каналах, онлайн-чатах та соціальних мережах для формування образу військових.

5. Провести порівняльний аналіз дискурсивних стратегій українських та російських джерел щодо представлення військових, виявити ключові відмінності та спільні риси.

**Використані методи дослідження** містять комплексний підхід, що поєднує якісні та кількісні методи аналізу, кожен з яких має свою мету: дискурсивний аналіз застосовано для виявлення провідних комунікативних стратегій; критичний аналіз дискурсу – для розкриття ідеологічних установок і прихованих смислів; аналіз семантичних полів – для систематизації лексики, що формує позитивні чи негативні образи військових; дослідження метафоричних образів – для з'ясування концептуальних моделей, через які відображена війна та роль військових; кількісний аналіз – для визначення частотності ключових лексем і стійких висловів; якісний аналіз – для інтерпретації глибинних значень текстових одиниць; риторичний і стилістичний аналізи – для опису художньо-виражальних засобів, що підсилюють емоційний ефект; контекстний аналіз – для врахування соціальних, історичних і культурних чинників, які зумовлюють особливості функціонування досліджуваних текстів. Сукупність цих методів дала змогу створити цілісну картину механізмів формування образу військових у сучасному медійному просторі.

**Наукова новизна дослідження** полягає в застосуванні інтегрованої методології для виявлення соціокомунікативних механізмів формування образу військового в умовах сучасних інформаційних воєн, що дає змогу не лише розширити теоретичні знання в галузі філології, а й визначити практичні рекомендації для покращення комунікативних стратегій у військовій та інформаційній сферах.

**Теоретичне значення** дослідження полягає у розвитку наукової думки щодо взаємозв'язку мови, культури та соціальної ідентичності, що сприяє більш глибокому розумінню процесів конструювання образів у сучасному інформаційному просторі. **Практичне значення** визначене можливістю

використання отриманих результатів для оптимізації комунікаційних стратегій у військових структурах, розробки рекомендацій для медіа щодо об'єктивного висвітлення військових питань, а також для підвищення рівня інформаційної безпеки у суспільстві.

**Апробація результатів дослідження:** основні положення та результати магістерської роботи було апробовано на низці наукових заходів та представлено у фахових публікаціях.

Матеріали дослідження оприлюднено у статті «Формування образу військових у масмедійному просторі під час повномасштабної російсько-української війни: лінгвокогнітивний аналіз», поданій до друку у виданні «Слобожанський науковий вісник. Серія: Філологія» № 11/2025 [25].

Результати дослідження представлені у тезах Мініч Л., Лозюк С. «Аналіз дискурсивних стратегій у конструюванні образу українських військових у масмедійних джерелах», опублікованих у матеріалах III Міжнародної науково-практичної конференції «Українська мова в сучасному науковому вимірі» (9–10 жовтня 2025 р.) [22].

Окремі положення роботи висвітлено у статті Мініч Л. С., Лозюк С. А. «Концепт *війна* в українському масмедійному просторі», опублікованій у «Наукових записках Національного університету «Острозька академія». Серія Філологія», Вип. 22(90), 2024, С. 140–143 [23].

Також основні аспекти дослідження було апробовано в статті Мініч Л. С., Лозюк С. А. Мовна репрезентація концепту «воїн» у сучасній українській масмедійній картині світу. Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія». Острог : Вид-во НаУОА, 2025. Вип. 26(94). С. 17–21 [24].

**Структурно кваліфікаційна робота містить** вступ, два розділи, висновки і список використаних джерел.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІОКОМУНІКАТИВНОЇ ПЕРЦЕПЦІЇ У ПСИХОЛІНГВІСТИЧНОМУ КОНТЕКСТІ**

### **1.1. Основні поняття соціокомунікації та перцепції**

Основні поняття соціальної комунікації та перцепції становлять фундамент для розуміння того, як люди взаємодіють у соціальному середовищі та сприймають світ навколо себе. Соціальна комунікація охоплює процес обміну інформацією, ідеями, емоціями та значеннями між індивідами та групами. Цей процес відбувається як у вербальній, так і в невербальній формах, що дозволяє створювати, підтримувати та трансформувати соціальні зв'язки.

Вербальна комунікація – це спілкування за допомогою мови. Мова є унікальним інструментом людства, який дає змогу передавати складні концепції, емоції та знання. Вона є основою для розвитку культурних та соціальних структур, оскільки через мову людина може передавати досвід, традиції та цінності наступним поколінням. Наприклад, через усні або письмові розповіді передають історії та міти, які формують колективну ідентичність спільноти [4].

Невербальна комунікація містить у собі жести, міміку, пози, інтонацію голосу, просторове розміщення та інші невербальні сигнали. Дослідження показують, що значна частина інформації під час спілкування передана саме невербальними засобами. Наприклад, Алан і Барбара Пізи вважають, що під час спілкування віч-на-віч «вербальний компонент міжособистісного спілкування складає менше, ніж 35%, а понад 65% комунікації відбувається на невербальному рівні» [31].

Жести і пози відіграють роль сигналів: схрещені на грудях руки можуть свідчити про закритість або небажання спілкуватися. Інтонація та тембр голосу можуть передавати емоції, такі як радість, сум або роздратування. Наприклад,

одна і та ж фраза, сказана з різною інтонацією, може бути сприйнята як жарт або як образа [31].

Соціальна комунікація є невід'ємною частиною культурної динаміки. Через комунікацію люди не лише передають знання, але й формують спільні норми, цінності та уявлення про світ. Наприклад, засоби масової інформації, такі як газети, телебачення та інтернет, відіграють ключову роль у поширенні інформації та формуванні громадської думки. Вони можуть впливати на те, як суспільство сприймає певні події або явища, створюючи спільне розуміння та реакцію на них.

Взаємодія в соціальному середовищі вимагає постійного обміну зворотним зв'язком, що дозволяє уточнювати і доповнювати сенс повідомлень та коригувати поведінкові реакції. Наприклад, у процесі спілкування співрозмовники постійно реагують на репліки один одного, коригуючи свою поведінку відповідно до отриманих сигналів. Це може бути проявленим у вигляді кивка головою, що свідчить про розуміння, або зміни теми розмови у відповідь на невербальні ознаки нудьги чи незадоволення.

Моделі соціокомунікації є основними теоретичними підходами, що допомагають зрозуміти процеси обміну інформацією між індивідами, групами та суспільством загалом. Одними з основних моделей комунікації є лінійна та транзакційна моделі, які відображають різні аспекти комунікативного процесу [43].

Лінійна модель комунікації є однією з найпростіших та базових моделей. Вона розглядає комунікацію як одномірний процес передачі повідомлення від одного відправника до отримувача. У цій моделі акцент на акті передачі інформації, де комунікатор (відправник) посилає повідомлення через певний канал комунікації (усний, письмовий, візуальний тощо) до реципієнта (отримувача). Основним обмеженням лінійної моделі є відсутність врахування зворотного зв'язку, який є критично важливим у більш складних формах комунікації.

Транзакційна модель комунікації, на відміну від лінійної, підходить до процесу комунікації як до двостороннього і взаємного обміну інформацією між учасниками. У цій моделі комунікатор та отримувач змінюються ролями протягом комунікації, оскільки обидва учасники одночасно виступають і відправниками, і отримувачами повідомлень. Це підкреслює важливість зворотного зв'язку, який може бути як вербальним, так і невербальним. Транзакційна модель комунікації дозволяє більш точно описати взаємодію в реальному житті, де комунікація відбувається безперервно, і обидва учасники одночасно здійснюють процес обміну інформацією [43].

У сучасному соціумі комунікація набуває різних форм і може відбуватися в різних типах контекстів, що визначають її специфіку та характер. Одним з основних типів є міжособистісна комунікація, яка характеризується прямою взаємодією між двома або більше людьми. Цей тип комунікації є найбільш інтимним і часто пов'язаний з обміном особистими думками, емоціями та переживаннями. Міжособистісна комунікація може бути вербальною або невербальною, а також залежить від рівня довіри між учасниками.

Групова комунікація відрізняється тим, що відбувається між трьома або більше людьми, що взаємодіють у межах певної соціальної групи. Вона охоплює комунікацію в командах, робочих групах або соціальних організаціях. У груповій комунікації важливим є врахування ролей учасників, а також можливість обміну інформацією в межах групи з метою досягнення спільної мети або розв'язання проблеми.

Масова комунікація є процесом передачі інформації великій кількості людей одночасно, за допомогою засобів масової інформації, таких як телебачення, радіо, газети, інтернет. Цей тип комунікації характеризується одним-спрямованим потоком інформації, де відправник (медіаорганізація) передає повідомлення величезній аудиторії, яка часто є анонімною та без прямої можливості зворотного зв'язку.

Публічна комунікація відбувається в межах великих аудиторій, на публічних заходах, конференціях, лекціях або в контексті політичних чи соціальних дебатів. Публічна комунікація зазвичай характеризується офіційним і формальним характером, і її основною метою є вплив на широку аудиторію.

Приватна комунікація відбувається в особистих або інтимних контекстах, таких як між членами сім'ї, друзями чи партнерами. Цей тип комунікації часто включає емоційно забарвлені повідомлення і є значущим для підтримки особистих зв'язків [4].

Процес комунікації не є статичним, він значною мірою залежить від різноманітних факторів, які можуть як полегшувати, так і ускладнювати обмін інформацією. До основних факторів, що впливають на комунікацію, належать культурні, соціальні, психологічні та технологічні аспекти.

Культурні фактори мають значний вплив на комунікацію, оскільки вони визначають способи та норми взаємодії, а також сприйняття повідомлень. Кожна культура має свої мовні вирази, метафори та стереотипи, що можуть мати різне значення для представників інших культур. Тому важливо враховувати культурні особливості, особливо в міжкультурній комунікації, щоб уникнути непорозумінь і забезпечити ефективний обмін інформацією.

Соціальні фактори містять у собі економічні умови, соціальний статус та роль людини в суспільстві, що може впливати на характер комунікації. Наприклад, вищі соціальні класи можуть мати інші способи комунікації, ніж представники нижчих класів. Суспільні очікування та норми також грають важливу роль у формуванні комунікативних практик.

Психологічні фактори, такі як особисті переконання, емоції та когнітивні стратегії, також можуть суттєво вплинути на комунікацію. Наприклад, люди з високим рівнем стресу чи тривожності можуть мати труднощі з вираженням своїх думок чи сприйняттям інформації. У свою чергу, емоції можуть як позитивно, так і негативно змінювати динаміку взаємодії між учасниками комунікації.

Технологійні фактори мають все більший вплив на комунікацію в сучасному світі. Розвиток цифрових технологій та інтернет-комунікацій дозволяє швидко передавати інформацію на великі відстані, створюючи нові можливості для зв'язку та взаємодії. Водночас, технології можуть також призводити до нових викликів, таких як проблеми з конфіденційністю, кібербезпекою та залежністю від технічних засобів [7].

Загалом комунікація є складним багатовимірним процесом, який залежить від різних моделей та факторів, що впливають на її ефективність і сприяють розвитку взаємодії в різних соціальних контекстах.

Перцепція, або сприйняття, є процесом отримання та інтерпретації сенсорної інформації, що дає змогу людині орієнтуватися в навколишньому середовищі. Вона містить у собі не лише фізичне сприйняття стимулів, але й їхню когнітивну обробку, яка залежить від попереднього досвіду, очікувань та культурного контексту. Наприклад, одна і та ж подія може бути сприйнята по-різному залежно від культурних або особистісних особливостей індивіда. Це підкреслює важливість розуміння контексту та індивідуальних відмінностей у процесі комунікації.

Перцепція або сприйняття є фундаментальним механізмом, який дозволяє людині отримувати та інтерпретувати інформацію з навколишнього світу. Вона охоплює низку процесів, таких як відчуття, увага, розпізнавання та аналіз сенсорних стимулів, які разом формують наше розуміння реальності [19].

Відчуття є початковим етапом перцепції і відповідає за отримання сенсорної інформації через органи чуття.

Увага є процесом відбору релевантної інформації з-поміж безлічі сенсорних стимулів, які постійно надходять до нас. Вона дає змогу зосередитися на важливих аспектах середовища, ігноруючи несуттєві деталі.

Розпізнавання відповідає за ідентифікацію та класифікації сенсорних стимулів на основі попереднього досвіду та знань.

Аналіз сенсорних стимулів включає обробку та інтерпретацію отриманої інформації для формування цілісного уявлення про об'єкт або ситуацію. Наприклад, коли ми читаємо текст, наш мозок аналізує форми літер, їхнє розташування та контекст, щоб зрозуміти зміст написаного.

Варто зазначити, що перцепція не є пасивним процесом; вона активно формується під впливом нашого досвіду, установок та очікувань. Це означає, що дві людини можуть сприймати одну й ту ж ситуацію по-різному залежно від їхнього особистого досвіду [4].

Взаємозв'язок між соціальною комунікацією та перцепцією відіграє ключову роль у формуванні особистісної ідентичності та соціальної взаємодії. Через комунікацію індивіди мають можливість виражати свої погляди, обговорювати спільні проблеми та знаходити компроміси в різних ситуаціях. Перцептивні процеси забезпечують ефективне сприйняття невербальних сигналів, таких як міміка, жести та інтонація, які часто мають не менше значення, ніж усні повідомлення. Розуміння цих сигналів сприяє уникненню непорозумінь і конфліктів, оскільки дозволяє краще інтерпретувати наміри співрозмовника.

Соціальна комунікація є вирішальною для соціального конструювання реальності. Під час спілкування люди постійно створюють та оновлюють спільне бачення світу, узгоджуючи індивідуальні уявлення та досвід. Це сприяє формуванню соціальних норм, правил поведінки та культурних традицій, які впливають на кожного члена суспільства. У цьому контексті перцепція виконує роль фільтра, через який проходить інформація, дозволяючи визначити, які елементи комунікації є релевантними та важливими для конкретної соціальної групи.

Особистісна ідентичність сформована під впливом соціальної взаємодії та комунікації. Через обмін думками, цінностями та досвідом індивід визначає своє місце в суспільстві та будує власне «я». Наприклад, участь у громадських

обговореннях або дискусіях допомагає людині усвідомити свої переконання та позицію щодо певних питань, що сприяє зміцненню її ідентичності.

Невербальні сигнали, такі як міміка, жести, постава та інтонація, є невід'ємною частиною комунікації. Вони можуть підсилювати або змінювати зміст вербальних повідомлень. Наприклад, посмішка під час привітання підкреслює дружелюбність, тоді як схрещені на грудях руки можуть свідчити про закритість або небажання спілкуватися. Розуміння та інтерпретація цих сигналів залежать від перцептивних процесів, які дозволяють адекватно реагувати на поведінку співрозмовника [7].

Під час взаємодії люди спільно створюють уявлення про навколишній світ. Цей процес, відомий як соціальне конструювання реальності, містить обговорення та узгодження значень, норм та цінностей. Наприклад, у професійному середовищі колеги можуть розробляти спільні стандарти роботи, які визначають, що є прийнятним або неприйнятним у їхній діяльності.

Перцепція постає як багаторівневий когнітивно-психологічний механізм, що виконує функцію фільтрації, селекції та інтерпретації інформації, яка надходить до індивіда в процесі соціальної взаємодії. Завдяки перцептивним процесам суб'єкт не просто отримує сигнали із зовнішнього середовища, а здійснює їх смислове структурування відповідно до власних очікувань, попереднього досвіду, соціальних установок і культурних норм. Саме тому однакові комунікативні стимули можуть мати різне значення в різних соціокультурних системах: жест, інтонація чи мовний зворот, нейтральний у певній культурі, може бути інтерпретованим як агресивний або неприйнятний в іншій. Перцепція в такому аспекті є регулятором соціальної поведінки, адже визначає, які елементи комунікації вважаються релевантними, а які – маргінальними або потенційно конфліктогенними.

Взаємозв'язок соціальної комунікації та перцепції є системоутворювальним чинником ефективної соціальної взаємодії. З одного боку, комунікація забезпечує передачу значень, норм і моделей поведінки, а з

іншого – перцепція визначає, як саме ці значення декодують індивіди та групи. У такому контексті перцептивні процеси впливають на формування особистісної й колективної ідентичності, на розуміння та інтерпретацію невербальних сигналів, на соціальне конструювання реальності, а також на механізми визначення інформативної значущості повідомлень. Неправильна або спотворена інтерпретація перцептивних сигналів може призводити до комунікативних бар'єрів, стереотипізації, соціальних конфліктів, тоді як адекватна перцепція сприяє взаєморозумінню, довірі та узгодженості соціальних дій.

Отже, осягнення базових понять соціальної комунікації та перцепції, а також аналіз їхньої взаємодоповнювальної функції дає можливість глибше інтерпретувати механізми, що лежать в основі міжособистісної та міжгрупової взаємодії. Це, у свою чергу, створює підґрунтя для розроблення ефективних комунікативних стратегій, оптимізації процесів передачі й сприйняття інформації та формування сприятливого соціального середовища, у межах якого суб'єкти відчують себе почутими й зрозумілими. Комплексний підхід до вивчення перцептивних і соціокомунікативних механізмів забезпечує можливість урахування як індивідуальних когнітивних особливостей, так і колективних моделей інтерпретації, що є ключовим чинником гармонізації соціальних відносин і підвищення якості комунікативної взаємодії.

## **1.2. Психолінгвістичний підхід до аналізу дискурсу в військовій сфері**

Психолінгвістичний підхід до аналізу дискурсу у військовій сфері є міждисциплінарним дослідженням, яке об'єднує методи лінгвістики, психології та соціології для вивчення особливостей комунікації в умовах бойових дій, оперативного управління та стратегічного планування. Такий аналіз допомагає зрозуміти, як мовні конструкції та вербальні стратегії впливають на сприйняття інформації, ухвалення рішень і координацію військових підрозділів. Особлива

увага приділена впливу стресових умов на мовлення, адже в екстремальних ситуаціях когнітивні процеси зазнають значних змін, що може впливати на точність і ефективність комунікації.

Військовий дискурс має низку специфічних характеристик, зокрема чітку структуру, лаконічність і використання спеціалізованої термінології. Наприклад, команди та накази у військовому середовищі мають бути сформульованими максимально стисло й однозначно, що мінімізує можливість неправильного тлумачення. Використання кодових слів і умовних позначень також є важливим елементом, який забезпечує швидкість і безпеку передавання інформації. Такі особливості особливо важливі під час координації дій у бойових умовах, де кожна секунда може бути критичною.

З психологічного погляду, військовій комунікації характерний високий рівень дисциплінованості та ієрархічності. Структура підпорядкування визначає не лише зміст повідомлень, а й сам спосіб їхнього вираження. Наприклад, солдати, отримуючи накази від командування, демонструють чітку вербальну і невербальну відповідь, яка підтверджує розуміння та готовність до виконання. Крім того, під впливом військової культури сформований специфічний мовленнєвий етикет, що регулює взаємодію між військовослужбовцями різних рангів [20].

Емоційний компонент відіграє значну роль у військовому дискурсі, особливо в умовах бойового стресу та психологічного тиску. Під час критичних ситуацій наявна тенденція до спрощення мовних конструкцій, скорочення фраз і використання гасел або символічних виразів, що сприяють мобілізації морального духу. Наприклад, військові лозунги або заклики, такі як «Ніхто, крім нас» або «Тримаймо стрій!», мають не лише інформаційну, а й мотиваційну функцію, оскільки посилюють згуртованість і бойовий дух підрозділу.

Крім того, психолінгвістичний аналіз військового дискурсу дає змогу дослідити механізми пропаганди, інформаційного впливу та маніпуляції.

Наприклад, у гібридних війнах активно використовують стратегічні наративи, які формують громадську думку та мотивують як військових, так і цивільне населення до певних дій. Використання спеціально дібраних лексичних засобів, метафор і емоційно забарвлених висловлювань може посилювати або, навпаки, знижувати рівень стресу та тривожності серед військових.

Психолінгвістичний аналіз у військовій сфері є важливим інструментом для розуміння того, як мовні засоби формують ідеологічні та стратегічні наративи. Сучасному військовому дискурсу характерні високий рівень емоційного забарвлення, використання метафор, символів та спрямованість на мобілізацію ідеологічної підтримки [6].

Емоційне забарвлення є ключовим елементом військового дискурсу, оскільки воно впливає на мотивацію, моральний дух та згуртованість військовослужбовців. Використання емоційно насичених слів і фраз допомагає підсилити патріотичні почуття та готовність до дій. Наприклад, звернення до солдатів із закликами на кшталт «Захистимо свій дім-захистимо Україну!» підкреслюють важливість місії та викликають сильні емоції, що сприяють підвищенню бойового духу [5].

У російському ж інформаційному дискурсі метафори та символи системно залучені в межах пропагандистських стратегій, що поєднують методи сугестії, психологічних операцій (PSYOP) та маніпулятивного фреймування. Така комунікативна практика ґрунтована на навмисному конструюванні метафоричних і символічних наративів, покликаних викривити об'єктивну реальність, трансформувати аксіологічні орієнтири аудиторії та нав'язати альтернативні, політично вигідні росії концептуальні моделі світу. Застосування подібних технологій відповідає ознакам інформаційного тероризму, оскільки спрямоване не лише на дезорієнтацію масової свідомості, а й на підриг соціальної стійкості, деморалізацію населення та дестабілізацію державних інституцій. У цьому контексті російські пропагандистські практики мають деструктивний зміст і суперечать принципам етичної, відповідальної та

доброчесної комунікації, становлячи загрозу як інформаційній безпеці, так і культурно-ціннісній цілісності суспільства. Військовий дискурс часто спрямований на мобілізацію ідеологічної підтримки як серед військових, так і серед цивільного населення. Це досягнуто через використання риторики, яка підкреслює спільні цінності, історичну спадщину та національну ідентичність. Поєднання лінгвістичного та ідеологічного підходів до аналізу текстів допомагає розглядати дискурс як точку зіткнення мови та ідеології, що є особливо актуальним у військовому контексті [5].

У кризових ситуаціях військовий дискурс відіграє вирішальну роль у формуванні колективної свідомості та сприйнятті інформації. Через ретельно підбрані мовні засоби та символи, лідери можуть впливати на інтерпретацію подій, формувати громадську думку та підтримувати моральний дух. Наприклад, використання термінів «герої» щодо загиблих солдатів або «мученики» щодо постраждалих цивільних підкреслює їхню жертвність та підсилює почуття спільності та солідарності.

Психолінгвістичний підхід дає змогу глибше зрозуміти когнітивні процеси, що відбуваються у свідомості як творців військового дискурсу, так і його реципієнтів. Цей підхід містить дослідження семантичних полів, асоціативних мереж та емоційних реакцій, викликаних певними словами чи конструкціями.

Семантичні поля охоплюють групи слів, об'єднаних спільним значенням або тематикою. У військовому дискурсі такі поля можуть містити терміни, пов'язані з бойовими діями, зброєю, стратегіями тощо. Аналіз цих полів допомагає виявити, як певні лексичні вибори відображають наміри комунікатора та впливають на сприйняття аудиторії. Наприклад, використання термінів «захисники» замість «солдати» підкреслює оборонний сенс дій і може викликати позитивні емоції у реципієнтів.

Асоціативні мережі відображають, як слова та поняття пов'язані між собою у свідомості людини. У військовому контексті певні слова можуть

викликати специфічні асоціації, які впливають на емоційний стан та поведінку. Наприклад, слово «перемога» може асоціюватися з почуттями гордості та радості, тоді як «поразка» – з сумом та розчаруванням. Дослідження асоціативних реакцій українців на слова-стимули, пов'язані з резилієнтністю, показало, що такі слова викликають позитивні асоціації, пов'язані з мужністю та стійкістю [2, с. 11].

Лексичні вибори у військовому дискурсі можуть викликати різні емоційні реакції. Наприклад, використання слова «ворог» замість «противник» може підсилити негативні емоції та налаштувати аудиторію на агресивні дії. З іншого боку, вживання нейтральніших термінів може сприяти зниженню напруги та заспокоєнню аудиторії. Аналіз емоційних реакцій на такі лексичні вибори дозволяє зрозуміти, як мова впливає на психологічний стан реципієнтів.

Конотація охоплює додаткові значення або відтінки, які слово набуває в певному контексті. У військовому дискурсі конотації можуть бути використані для підсилення або пом'якшення впливу повідомлення. Наприклад, слово «миротворець» має позитивну коннотацію, тоді як «окупант» – негативну. Субтекст відображає приховані смисли, які не виражені прямо, але зрозумілі з контексту. Контекстуалізація повідомлень дозволяє врахувати ситуаційні та культурні особливості, що впливають на сприйняття інформації.

У сфері пропагандистських та стратегічних комунікацій особлива увага приділена методам конструювання повідомлень, спрямованих на формування певних поведінкових реакцій у аудиторії. Військовий дискурс не лише інформує, але й прагне вплинути на емоції та дії реципієнтів. Це досягають як через пряму, так і опосередковану мовну маніпуляцію, що реалізована за допомогою різних риторичних прийомів, метафоричних образів та повторень.

Риторичні прийоми є потужними інструментами впливу на аудиторію. Наприклад, використання риторичних запитань може спонукати слухачів до роздумів та підсилити емоційний вплив повідомлення. Аналогії та метафори допомагають спростити складні концепції, роблячи їх більш зрозумілими та

доступними для широкої аудиторії. Ці прийоми впливають на когнітивні процеси реципієнтів, сприяючи формуванню бажаних емоційних та поведінкових реакцій [9, с. 122].

Метафори у військовому дискурсі часто використовують для створення яскравих образів, які викликають сильні емоції та формують певне ставлення до подій або осіб. Наприклад, опис противника як «окупантів», «загарбників» або «орків» дегуманізує їх, виправдовуючи агресивні дії проти них. Такі метафори впливають на сприйняття аудиторії, формуючи негативне ставлення до ворога та підвищуючи бойовий дух власних сил.

Повторення ключових меседжів є поширеною технікою у пропаганді, оскільки воно сприяє закріпленню інформації у свідомості аудиторії. Часте повторення певних фраз або слоганів робить їх більш знайомими та прийнятними для реципієнтів, навіть якщо вони спочатку були скептично налаштовані. Цей прийом використаний для створення стійких асоціацій та формування громадської думки.

Російська пропаганда активно використовує різні маніпулятивні техніки для впливу на свідомість людей. Серед них можна виділити такі прийоми, як створення фейкових новин, викривлення фактів, використання емоційно забарвлених термінів та інші. Наприклад, поширення неправдивої інформації про «утиски російськомовного населення» в Україні спрямоване на виправдання агресивних дій та формування негативного ставлення до української влади.

У стресових ситуаціях, таких як військові конфлікти, люди схильні до швидкого ухвалення рішень на основі емоційних реакцій. Мовні маніпуляції, що викликають страх, гнів або патріотичні почуття, можуть впливати на поведінку аудиторії, спонукаючи до певних дій або підтримки конкретних рішень. Психолінгвістичний аналіз дає можливість виявити, які саме мовні прийоми викликають бажані емоції та як вони впливають на процес прийняття рішень у таких умовах.

Дослідження військового дискурсу з позицій психолінгвістики є багатогранним процесом, що враховує не лише мовні особливості, а й культурологічні та історико-соціальні аспекти. Мова, яка використана у військовій сфері, сформована під впливом традицій, історичних подій та суспільних уявлень про військову силу.

Історичні події значно впливають на формування військової термінології. Наприклад, під час російсько-українського конфлікту на сході України, українські військовослужбовці, які захищали Донецький аеропорт, отримали назву «кіборги». Цей термін підкреслює їхню стійкість та мужність, асоціюючи їх з невразливими машинами. Згодом слово «кіборг» стало синонімом українського воїна, який демонструє надзвичайну витривалість та хоробрість [11].

Культурні особливості також відображені у військовій лексиці. У різних культурах одні й ті ж військові терміни можуть мати різні конотації. Наприклад, слово «партизан» в українському контексті часто асоціюється з героями, які боролися проти окупантів під час Другої світової війни. Водночас, в інших культурах цей термін може мати нейтральне або навіть негативне забарвлення, залежно від історичного досвіду та суспільних уявлень.

Суспільні уявлення про військову силу та її роль у державі також впливають на мовні особливості військового дискурсу. У країнах з тривалими військовими традиціями та високим престижем армії військова лексика може проникати в повсякденне мовлення, стаючи частиною ідіом та фразеологізмів. Наприклад, вислів «вести бій» може бути використаний не лише в контексті військових дій, але й для опису наполегливої роботи над складним завданням.

Розуміння цих чинників є ключовим для аналізу того, як певні терміни чи вислови можуть набувати різних значень у різних культурних контекстах. Наприклад, слово «бомба» в українській художній прозі можуть використовувати метафорично для опису раптового та сильного емоційного вибуху персонажа. Такі метафоричні вживання військових термінів

відображають глибокий вплив військової тематики на мовну свідомість суспільства.

Крім того, мовленнєва культура військовослужбовців сформована під впливом специфічних умов їхньої служби. Небезпечні умови, регламентовані форми спілкування та колективна специфіка служби впливають на мовлення військових. Це може призводити до використання жаргонізмів, суржику або навіть обсценної лексики в неформальних ситуаціях

Методологія психолінгвістичного аналізу у військовій сфері є комплексною та багатогранною, поєднуючи як кількісні, так і якісні підходи для глибокого розуміння мовних феноменів у цьому контексті.

Кількісні методи містять використання лінгвістичних корпусів текстів, створених у різних історичних та соціальних умовах, що дають змогу проводити статистичний аналіз частотності використання певних мовних елементів. Наприклад, дослідження асоціативного поля слова «війна» в українській періодиці виявило, що цю лексему активно використовують не лише в прямому значенні, але й у переносному, описуючи суперництво чи конкуренцію в різних сферах суспільства. Такий аналіз дає можливість зрозуміти, як часто та в яких контекстах вжиті певні терміни, що відображає суспільні настрої та уявлення про військові дії [3].

Якісні підходи містять експериментальні методи, які уможливлюють дослідження, як зміни в структурі повідомлень впливають на когнітивні процеси аудиторії. Наприклад, зміна порядку слів, використання певних граматичних конструкцій або стилістичних прийомів можуть впливати на сприйняття та інтерпретацію інформації реципієнтами. Дослідження психолінгвістичного маніпулювання текстовими повідомленнями показало, що певні мовні засоби можуть бути використаними для досягнення маніпулятивних цілей, впливаючи на психологічний стан та поведінку аудиторії. Це особливо важливо у військовій сфері, де інформаційні операції

можуть бути спрямовані на зміну ставлення або поведінки як власних військовослужбовців, так і противника.

Крім того, аналіз невербальних елементів комунікації, таких як інтонація, ритм та паузи, розширює розуміння того, як мова впливає на психологічний стан та готовність до дії. Наприклад, під час військових брифінгів командир може використовувати певну інтонацію для підкреслення важливості інформації або для мотивації підлеглих. Ритм мовлення та стратегічні паузи можуть впливати на сприйняття повідомлення, підсилюючи його емоційний вплив або надаючи час для осмислення ключових моментів. Дослідження військового чорного гумору показало, що такі невербальні елементи можуть служити механізмом психологічного захисту, допомагаючи військовослужбовцям справлятися зі стресом та страхом смерті.

Роль медіа та інформаційних технологій у формуванні військового дискурсу є надзвичайно важливою, оскільки сучасні технології дозволяють створювати та розповсюджувати повідомлення з великою швидкістю, що вимагає оперативного аналізу та розуміння впливу цифрових засобів комунікації на когнітивні процеси.

Психолінгвістичний підхід відкриває можливості для виявлення того, як специфічні засоби масової інформації та соціальні мережі трансформують традиційні моделі спілкування, створюючи нові форми мовного впливу та маніпуляції свідомістю. Наприклад, використання сугестивних технологій у медіа дозволяє впливати на психіку людини, формуючи бажану поведінку та підмінюючи національні концептуальні картини світу. Російська пропаганда системно застосовує такі технології для досягнення своїх цілей в інформаційній війні, що супроводжує повномасштабне вторгнення РФ в Україну [11].

Дискурс-аналіз є одним із найглибших комплексних методів аналізу тексту, який сфокусований на його вивченні як елемента більш широкого соціального контексту. У сфері медіа-аналізу дискурс-аналіз постає як ключовий інструмент, пропонуючи різні підходи до аналізу впливу медіа на

сприйняття, поведінку та соціальні відносини. Ця аналітична структура, що охоплює структуралістський, соціальний, конструкціоністський та критичний погляди, надає людям інструменти для критичної взаємодії з медіаповідомленнями, сприяючи медіаграмотності та критичному мисленню.

Візуальні елементи, зокрема зображення зруйнованої інфраструктури чи постраждалого цивільного населення, істотно підсилюють емоційно-психологічний вплив медійних матеріалів. Такі зображення формують ефект присутності, занурюючи реципієнта у простір подій та активуючи механізми емпатійного залучення. У цьому контексті вони функціують не як додаткові ілюстративні компоненти до текстового повідомлення, а як автономні комунікативні маркери, що інтенсифікують сприйняття травматичного досвіду людей, які перебувають у зоні бойових дій. Візуальний контент так є каталізатором емоційних реакцій, сприяючи глибшому усвідомленню масштабів насильства та гуманітарних наслідків збройного конфлікту [15, с. 94].

Отже, психолінгвістичний підхід до аналізу дискурсу в військовій сфері є потужним інструментом для дослідження складних механізмів комунікації. Він дає можливість розкрити як структурні особливості мови, так і глибинні психологічні процеси, що впливають на сприйняття та інтерпретацію інформації в умовах високої емоційної напруги. Результати таких досліджень мають велике значення не лише для теоретичного розуміння процесів мовлення, але й для практичного застосування в галузях безпеки, стратегічного планування та інформаційної політики.

В умовах сучасних військових конфліктів і глобалізації інформаційного простору психолінгвістичний аналіз стає незамінним інструментом для розуміння того, як слова можуть стати потужною зброєю, здатною впливати на суспільні настрої, формувати політичні рішення та змінювати хід подій. Глибоке розуміння мовних стратегій уможливорює не лише ефективно протидіяти пропаганді, але й будувати власну систему комунікації, що

відповідає сучасним викликам і сприяє збереженню психологічного балансу серед військовослужбовців та цивільного населення.

Психолінгвістичний підхід відкриває нові горизонти для міждисциплінарних досліджень, де взаємодія мови та психології дає можливість створити комплексну модель аналізу комунікаційних процесів. Це сприяє не лише підвищенню якості військової інформації, але й зміцненню обороноздатності держави через розвиток стратегічних комунікаційних компетенцій, що базуються на науково обґрунтованому аналізі мовних явищ.

### **1.3. Методологія дослідження текстових та вербальних засобів формування образу військових**

Методологія дослідження текстових та вербальних засобів формування образу військових є комплексним міждисциплінарним підходом, що інтегрує принципи лінгвістики, соціології, культурології та психології. Такий підхід дає змогу глибоко аналізувати, як мовні елементи та текстові конструкції сприяють створенню певного образу військових, впливають на суспільну свідомість та формують стратегії комунікації у військовій сфері.

Основним завданням цього дослідження є виявлення та розуміння механізмів, за допомогою яких текстові та вербальні засоби впливають на сприйняття військових. Для досягнення цієї мети необхідно застосовувати різні методи аналізу мовного матеріалу. Серед них важливе місце посідають дискурсивний та критичний аналізи, що розкривають як явні, так і приховані смислові шари текстів [11].

Дискурсивний аналіз зосереджується на вивченні того, як мову використовують у конкретних соціальних контекстах для передачі значень та ідеологій. Наприклад, дослідження військових промов може виявити, як через використання певних термінів та фраз підкреслений героїзм та патріотизм військових, що формує позитивний образ у суспільстві. З іншого боку, аналіз

медіа-репортажів про військові конфлікти може показати, як використання негативно забарвленої лексики стосовно військових дій впливає на формування критичного сприйняття.

Критичний аналіз дискурсу спрямований на виявлення прихованих владних відносин та ідеологій, що відображені в мові. Наприклад, вивчення підручників з історії може показати, як через вибіркове представлення військових подій та використання певних епітетів сформована національна ідентичність та ставлення до військових.

Важливим аспектом дослідження текстових та вербальних засобів формування образу військових є глибоке вивчення семантичних полів, які є групами слів, об'єднаних спільним значенням і здатних створювати певні асоціативні ряди. Такий аналіз уможлиблює виявлення того, які саме характеристики найчастіше асоціюються з військовими в різних соціальних контекстах, зокрема в літературі, медіа та популярному дискурсі. Семантичні поля можуть відображати як позитивні, так і негативні аспекти, що пов'язані з образом військових, формуючи громадську думку та сприйняття цього соціального феномена. Наприклад, група слів, як-от «сміливість», «честь», «обов'язок», може акцентувати увагу на високих моральних та етичних якостях військових, підкреслюючи їхній героїзм, самопожертву та відданість державі чи нації. Ці слова часто використані в контекстах, що наголошують на важливості виконання обов'язків, наданні допомоги іншим та захисті миру, що створює позитивний образ військових як носіїв моральних цінностей. Однак існує й інша група слів, таких як «агресія», «наси́льство», «жорстокість», які акцентують на негативних сторонах війни та військових дій, демонструючи їхній потенціал до насилля та руйнувань. Ці терміни часто використовують для створення образу військових як учасників конфліктів, що порушують норми моралі та гуманізму, що відображає більш критичний погляд на роль армії в суспільстві. Завдяки аналізу таких семантичних полів можна краще зрозуміти, як через мову може бути сформоване ставлення до військових, а також яким

чином медіа і літературні твори впливають на сприйняття війни та військових в суспільстві [19].

Метафоричні образи відіграють надзвичайно важливу роль у формуванні сприйняття образу військових, оскільки через них можна створювати глибокі та багатозначні уявлення, які впливають на суспільне ставлення до цього соціального явища. Метафори не лише передають емоції та концептуальні уявлення, а й дають змогу висловлювати складні ідеї у простій і зрозумілій формі. Наприклад, метафора «щит нації» створює образ військових як захисників, які стоять на варті держави та її громадян, готові протистояти будь-яким загрозам. Це порівняння надає військовим величі та благородства, зображаючи їх як ключових осіб у забезпеченні безпеки та цілісності нації, що викликає позитивні емоції та асоціації з героїзмом, мужністю та відданістю батьківщині. Водночас, метафора «військова машина» підкреслює негативні аспекти військової діяльності, такі як бездушність, механічність та автоматизованість дій, що зменшує людський вимір і акцентує на безперервній та рутинній роботі армії як інституту. Така метафора може створювати образ військових як частини великої, безособової структури, де індивідуальність і емоції заглушені, а головною ціллю стають функційність і ефективність. Вона надає образу військових більш холодної та безжальної природи, акцентуючи на жорстких механізмах війни та конфлікту. Метафори так не лише допомагають формувати конкретні уявлення про роль військових у суспільстві, але й визначають їхнє моральне та емоційне сприйняття в контексті загальної культури та соціальних цінностей. Через метафори можна як піднести, так і критикувати роль військових, створюючи образи, що відображають як позитивні, так і негативні аспекти їх діяльності [36].

Стилістичні засоби, такі як епітети, порівняння та гіперболи, відіграють важливу роль у формуванні емоційного забарвлення текстів і є потужними інструментами для створення враження про образи військових. Вони дають можливість автору не лише детально описати персонажів, але й впливати на

емоційний стан читача, формуючи певні асоціації та уявлення про їхні якості. Наприклад, епітети, як-от «безстрашний солдат» або «жорстокий командир», можуть істотно змінювати сприйняття військових, підкреслюючи їхні моральні та фізичні риси через надання певної емоційної оцінки. У випадку «безстрашний солдат» епітет підкреслює героїзм, сміливість і готовність до самопожертви, що формує позитивний образ військових як тих, хто не боїться ризикувати своїм життям заради вищих ідеалів, таких як захист батьківщини чи боротьба за справедливість. Це викликає у читача відчуття захоплення та вдячності до таких осіб. З іншого боку, епітет «жорстокий командир» створює зовсім інше враження, надаючи образу персонажа негативне забарвлення. Цей опис може акцентувати на безжальності та холоднокривості, підкреслюючи жорсткість командувача та його готовність до застосування насильства, що може асоціюватися з диктаторськими рисами чи авторитарним стилем управління. Таке використання епітетів уможливорює формування у читача ставлення до військових як до осіб, що можуть бути як героями, так і антагоністами залежно від того, як їх описують у тексті. Порівняння та гіперболи також відіграють свою роль у підсиленні цих образів, даючи змогу ще більше акцентувати ті чи інші риси, створюючи так яскраві, емоційно насичені уявлення. Наприклад, порівняння «як орел у бою» підсилює уявлення про сміливість та непереможність військових, тоді як гіпербола «безжальний, як сама війна» може ще більше підкреслити жорстокість та агресивність їхніх дій. Усе це допомагає не лише детально описати конкретного персонажа, але й формує загальне ставлення до армії чи військових як соціальної групи, впливаючи на емоційну реакцію аудиторії [40].

Риторичні прийоми, такі як повтори, риторичні питання та апеляції до емоцій, мають значний вплив на переконливість тексту, оскільки вони здатні не лише підсилити певні ідеї, але й активно формувати емоційний настрій аудиторії. Ці прийоми є потужними інструментами, що уможливлюють автору або оратору звертатися до глибинних емоцій слухачів, провокуючи в них

відчуття прихильності, захоплення чи навіть патріотичної гордості. Наприклад, повторення фрази «наші герої» в промові здатне створити особливу атмосферу єдності та солідарності серед слухачів, підкреслюючи важливість військових як захисників нації. Це повторення не лише фіксує увагу на ключовому аспекті, але й викликає у слухачів емоційний відгук, зміцнюючи їхню ідентифікацію з героями, оскільки кожен раз, коли звучить ця фраза, підсвічується ідея безкорисливої відданості та самопожертви військових заради батьківщини. Так повторювані вислови допомагають створити настрій, який сприяє патріотичним настроям, формуючи спільну ідентичність і сприяючи згуртованості. Крім того, риторичні питання можуть бути використані для того, щоб спонукати слухачів до роздумів і водночас підтвердити важливість певної ідеї чи поняття. Це запитання, яке не потребує відповіді, але яке спонукає слухачів до внутрішнього підтвердження власної причетності до важливої справи. Апеляції до емоцій також можуть бути використані для посилення переконливості, коли оратор чи автор звертається до серця аудиторії, використовуючи яскраві образи та вирази, що викликають співчуття, гордість чи вдячність. Наприклад, апеляція до героїзму військових через опис їхніх подвигів та жертв може викликати в слухачів не лише гордість за своїх співвітчизників, а й підвищити рівень емоційної підтримки армії. Завдяки таким риторичним прийомам, текст або промова стають значно більш емоційно насиченими, що дає змогу впливати на слухачів чи читачів, формуючи їхнє ставлення до військових як до невід'ємної частини національної гордості та безпеки [42, с. 338].

Врахування контекстуальних та соціокультурних факторів є невід'ємною частиною будь-якого глибокого аналізу, оскільки без розуміння історичного, політичного та культурного фону, у якому виникає певне явище, неможливо повною мірою оцінити його значення та вплив. Коли йдеться про аналіз образу військових, особливо важливим є вивчення того, як цей образ змінювався впродовж часу залежно від історичних подій, соціальних змін та суспільних

настроїв. Наприклад, вивчення військових пісень різних епох може дати цінні розуміння щодо того, як змінювалося сприйняття військових в різні періоди історії. Військові пісні є потужним соціокультурним феноменом, що відображає не лише безпосередні переживання та емоції солдатів, але й загальні настрої в суспільстві стосовно війни та військових. Так, у періоди великих національних катастроф або військових конфліктів, таких як Друга світова війна чи національно-визвольні рухи, військові пісні часто набували значення символу героїзму, патріотизму та відданості, створюючи образи мужніх та безстрашних захисників нації. У таких піснях звучали мотиви боротьби за свободу, національну гідність та єдність, що знаходили відгук у серцях мільйонів людей, піднімаючи моральний дух і підтримуючи патріотичні почуття. Однак у мирні часи чи після завершення кровопролитних конфліктів, ці пісні можуть набувати інших відтінків, зокрема, акцентуючи на жертвах війни, горі від розлуки з близькими та болю від втрат. Вони можуть відображати не тільки героїзм, але й біль, страждання та відчуття абсурдності війни, що в свою чергу змінює сприйняття образу військових. Кожен історичний період, зокрема часи глобальних або локальних конфліктів, надають новий контекст, що зумовлює зміну акцентів у вивченні військових образів. Урахування цих контекстуальних і соціокультурних факторів дає можливість краще зрозуміти, чому образ військових, залежно від епохи, можуть сприймати як символ боротьби за незалежність, або ж як згадку про важкі та травматичні часи, які були наслідком глобальних або локальних збройних конфліктів. Так аналіз військових пісень та інших культурних артефактів дає змогу відстежити, як соціальні і політичні умови, а також загальні настрої суспільства, змінюють ставлення до армії та військових, і як через культурні продукти це ставлення відображається в національному дискурсі [3].

Комбінування кількісних і якісних методів дослідження є важливим компонентом методології аналізу текстових та вербальних засобів формування

образу військових. Цей підхід забезпечує всебічне розуміння того, як мова та текстові конструкції впливають на сприйняття військових у суспільстві.

Кількісний аналіз зосереджений на числових даних, які можна оцінити за допомогою статистичних інструментів. Він дає можливість оцінити частотність використання певних лексичних та стилістичних елементів, що допомагає об'єктивно визначити найуживаніші мовні моделі у великому обсязі текстових даних. Наприклад, дослідження показує, що слова «герой», «захисник» та «патріот» найчастіше використовують в описах військових у медіа, що вказує на позитивну конотацію та підсилює позитивний образ військових у суспільстві. Аналіз новинних статей, який може виявити, що 80% матеріалів про військових мають позитивний зміст, що свідчить про високий рівень довіри та підтримки з боку суспільства.

З іншого боку, якісний аналіз акцентує увагу на багатих, детальних даних, які можуть дати уявлення про досвід і погляди учасників. Він спрямований на глибше розуміння смислових і функційних аспектів мовних елементів. Наприклад, за допомогою контент-аналізу можна не тільки виявити популярні теми та мотиви, але й дослідити, як ці мотиви впливають на емоційне сприйняття аудиторії та сприяють формуванню стійкого образу військових у суспільній уяві. Дослідження контенту цивільних та військових медіа показало, що образ українського воїна за роки війни став набагато реалістичнішим: від ідеалізації та міфологізації українці перейшли до більш «дорослого» образу військового.

Поєднання кількісних та якісних методів дає змогу отримати більш повну картину щодо формування образу військових у суспільстві. Кількісний аналіз забезпечує об'єктивність та узагальнення даних, тоді як якісний аналіз надає глибоке розуміння контексту та смислів, що стоять за цими даними. Такий інтегрований підхід є особливо цінним у дослідженнях, спрямованих на вивчення складних соціальних явищ, таких як формування суспільного сприйняття військових [8, с. 256].

Роль контексту в комунікації є ключовим фактором у формуванні образу військових, оскільки саме контекст визначає, як повідомлення сприймаю та інтерпретує аудиторія. Він є тією основою, на якій побудовані всі комунікативні процеси, впливаючи на те, як люди розуміють і оцінюють інформацію, особливо коли йдеться про військових і їхню роль у суспільстві. Контекст у цьому випадку не обмежений лише безпосереднім змістом повідомлення, а містить у собі цілу низку факторів таких як культурні, історичні та соціальні аспекти, що значно змінюють сприйняття і тлумачення того, як військові зображені в медіа, літературі або інших формах комунікації. Культурний контекст, зокрема, впливає на те, як у різних країнах і культурах ставляться до військових. У культурах, де військова служба є обов'язковою або шанованою, військових сприймають як героїв, що захищають національні цінності та ідеали. У таких суспільствах військові зазвичай отримують високу повагу і визнання, а їхні образи часто використані як символи національної гордості та єдності. Водночас у культурах, де війна та збройні конфлікти асоційовані з трагедіями та руйнуванням, образ військових є більш амбівалентним, із сумішшю поваги і страху, а також акцентом на гуманітарних наслідках конфліктів. Історичний контекст є не менш важливим, оскільки він визначає, як змінюється сприйняття військових залежно від періоду історії. Військові, які брали участь у великих національно-визвольних рухах або в історичних війнах, можуть бути відзначені як національні герої в однієї епохи, тоді як в інший період, наприклад, після завершення конфлікту або в разі військових злочинів, їх образ може змінюватися, набуваючи ознак трагізму, втрат і переосмислення. Суспільні настрої і соціальний контекст також є важливими для формування образу військових. Сучасні медіа і соціальні мережі значно впливають на те, як зображені військові в суспільстві. Наприклад, війна, що показана через телевізійні трансляції, кінофільми або соціальні мережі, має значний вплив на те, як громадськість сприймає військових, їхні дії і їхні мотиви. Різноманітні медіа-ресурси, від новин до

кінематографії, пропонують різні інтерпретації того, хто є «героєм», а хто – «ворогом», і ці інтерпретації часто змінюються в залежності від того, який соціальний чи політичний порядок панує в конкретний час. Так контекст відіграє вирішальну роль у формуванні образу військових, оскільки він визначає, як ті чи інші повідомлення, що стосуються армії та військових, будуть сприйняті і інтерпретовані різними соціальними групами. Адже те, що вважають героїчним чи благородним в одній епосі, в іншій може бути сприйнятим як агресивне або навіть аморальне, залежно від змін у культурних, історичних і соціальних умовах [41].

Образ військових сформований не лише через окремі слова чи фрази, але й через загальну стилістичну та риторичну структуру повідомлень. Наприклад, використання офіційного, урочистого стилю в новинах про військові паради підкреслює важливість та велич армії, тоді як неформальний або критичний тон у статтях про військові конфлікти може викликати сумніви щодо легітимності військових дій.

Культурні та історико-соціальні чинники відіграють надзвичайно важливу роль у формуванні та інтерпретації текстів про військових, оскільки вони визначають, як цей образ сформований у різних культурах та в різні історичні періоди. Образ військових не є сталим; він залежить від численних факторів, серед яких особливо виділяються культурні норми, історичні події та соціальні умови, які існують на певному етапі розвитку суспільства. У різних культурах цей образ може набувати абсолютно різних рис, що впливає на сприйняття військових як героїв або як агресорів, залежно від контексту. Наприклад, у суспільствах, де військова служба має давні традиції і де армію сприймають як важливий інститут держави, військові зображені як символ національної єдності та гідності. Водночас, у суспільствах, які пережили серйозні військові конфлікти чи окупації, образ військових може бути значно більш складним і амбівалентним, асоціюючись із болем, втратами та стражданнями. Така варіантність зумовлена тим, що образ військових постійно

змінюється в залежності від того, у якому соціальному та історичному контексті він сформований. Один із найбільш яскравих прикладів змін у сприйнятті образу військових наявний в українському контексті після Євромайдану, коли національна ідентичність та боротьба за незалежність стали центральними темами національного дискурсу. Після подій Євромайдану в Україні відбувся справжній культурний бум, який суттєво вплинув на сприйняття військових, перетворюючи їх на символи захисників національних цінностей, гідності та суверенітету. Військові, які брали участь у бойових діях на сході України, стали новими героями національної культури, і їхній образ активно використовували медіа, література, кінематографія та інші форми творчості. Зокрема їх зображували як захисників від зовнішньої агресії, що стоять на захисті національної ідентичності, свободи й незалежності. Це змінило загальний образ військових, надавши їм не тільки військову, але й культурну, моральну значимість. Водночас цей процес супроводжували й глибокі соціальні зміни, коли все більше людей почали розуміти роль військових як важливу частину національного єднання і боротьби за майбутнє країни. Так культурний контекст, зокрема через події, що мали місце під час і після Євромайдану, суттєво вплинув на переосмислення образу військових в українському суспільстві, надавши йому нові смисли та емоційне забарвлення. Окрім того, такі культурні явища, як пісні, фільми та книги, активно формували цей образ, підкреслюючи героїзм, відвагу та патріотизм військових, що стало важливим елементом національної культури та ідентичності. Загалом роль культурних та історико-соціальних чинників у формуванні образу військових є безперечним, адже саме ці фактори визначають, як в різні історичні періоди і в різних культурах сприймають військових, як вони інтерпретовані і як їхній образ змінюється у відповідь на події та соціальні зміни [36].

Розуміння контексту дає можливість ідентифікувати дискурсивні патерни, що використані для легітимізації військових дій або для мобілізації суспільної підтримки в умовах кризи. Наприклад, під час конфліктів медіа

можуть акцентувати увагу на патріотичних мотивах, підкреслюючи героїзм та жертовність військових, що сприяє мобілізації суспільної підтримки. З іншого боку, використання негативних метафор або порівнянь може підірвати легітимність військових дій, викликаючи сумніви та критику.

Такий підхід сприяє формуванню глибокої аналітичної картини, яка відображає не лише поверхневий зміст текстів, а й їх внутрішню логіку та вплив на колективну свідомість. Наприклад, аналіз медіаматеріалів про військових виявляє, як через певні мовні засоби та стилістичні прийоми сформоване суспільне ставлення до армії, що впливає на національну ідентичність та єдність.

Аналіз вербальних засобів комунікації є ключовим аспектом у дослідженні формування образу військових, оскільки усна мова, інтонація, темп мовлення та інші параметри вербальної експресії значно впливають на сприйняття інформації. Інтонація, наприклад, є важливим елементом усного мовлення, що містить компоненти, такі як мелодика, темп, паузи та наголос. Вона не лише організовує та оформляє усне мовлення, але й визначає комунікативно-прагматичне та емоційно-експресивне значення висловлювання.

Темп мовлення також відіграє значну роль у процесі комунікації. Він може як полегшувати, так і ускладнювати сприйняття інформації. Занадто швидкий темп може призвести до втрати частини повідомлення, тоді як надто повільний може знизити інтерес слухача. Оптимальний темп мовлення сприяє ефективному засвоєнню інформації та підтримує увагу аудиторії.

Невербальні компоненти, такі як жести, міміка, постава та візуальний контакт, доповнюють вербальну комунікацію і створюють багатовимірну картину комунікаційного процесу. Дослідження показують, що 55% інформації сприймається через вираз обличчя, пози та жести, а 38% – через інтонації та модуляції голосу, залишаючи лише 7% на долю слів. Це підкреслює важливість невербальних засобів у передачі інформації та емоцій [31].

Аналізуючи як вербальні, так і паравербальні аспекти, можна виявити тонкі нюанси, що сприяють конструюванню певного образу військових. Наприклад, використання емоційно забарвлених висловів, таких як «героїчні захисники» або «відважні воїни», підсилює позитивне сприйняття військових. Спеціально підібрані риторичні засоби, такі як метафори чи порівняння, можуть створювати асоціації з історичними або культурними символами, що підвищує емоційний вплив повідомлення.

Комплексність дослідження образу військових забезпечує застосування інтегрованих методів аналізу, зокрема порівняльного аналізу, що охоплює різні джерела інформації: від офіційних документів до публічних виступів та медійних матеріалів. Такий підхід дає можливість простежити трансформацію образу військових у різних комунікативних контекстах та визначити закономірності його формування.

Аналіз контенту електронних медіа під час російсько-української війни виявив, що українські медіа зосереджені на героїзації військових, використовуючи емоційно насичені образи та історії, щоб підвищити моральний дух населення та підтримку армії. Водночас іноземні медіа можуть представляти більш нейтральні погляди, залежно від політичних та ідеологічних позицій їхніх країн.

Порівняльний аналіз підходів ЗМІ різних країн до висвітлення війни дає змогу виявити спільні закономірності та національну специфіку, зрозуміти, як медіа формують громадську думку та впливають на сприйняття військових дій. Наприклад, в одних країнах медіа можуть акцентувати увагу на гуманітарних аспектах конфлікту, тоді як в інших – на військових стратегіях та політичних наслідках [11].

Методологія дослідження текстових та вербальних засобів формування образу військових набуває особливої актуальності в умовах сучасних інформаційних викликів, коли маніпуляції свідомістю та інформаційна війна стають все більш значущими. Ретельне дослідження мовних стратегій

уможливорює не лише розкриття механізми впливу, але й розробки ефективних засобів протидії дезінформації.

Поглиблений аналіз текстових даних сприяє кращому розумінню процесів, що відбуваються в інформаційному просторі, і дає можливість формувати більш об'єктивну картину сучасної комунікації. Наприклад, використання штучного інтелекту для аналізу лінгвістичних шаблонів допомагає виявляти дезінформацію в новинах соціальних мереж, що є важливим кроком у боротьбі з фейковими новинами.

Крім того, аналіз дискурсивних стратегій, що використані в медійних текстах, дає можливість зрозуміти, як вербальна комунікація впливає на соціальні дії індивідів, що є ключовим аспектом у контексті інформаційної війни.

Загалом дослідження мовних стратегій та використання сучасних технологій, таких як штучний інтелект, є необхідними для ефективної протидії дезінформації та забезпечення об'єктивності в інформаційному просторі.

Отже, методологія дослідження текстових та вербальних засобів формування образу військових є важливим інструментом для аналізу і розуміння складних процесів, що впливають на суспільну думку та стратегічне сприйняття військової сили. Глибокий міждисциплінарний підхід, який містить аналіз як структурних, так і контекстуальних аспектів мовного матеріалу, дозволяє отримати цілісну картину впливу мови на формування іміджу військових, що є надзвичайно актуальним у сучасному світі інформаційних технологій та глобальних комунікацій.

### **Висновки до першого розділу**

Здійснений у цьому розділі комплексний аналіз соціокомунікативної перцепції, психолінгвістичних механізмів військового дискурсу та методології дослідження мовних засобів формування образу військових дає можливість

сформувати цілісну концептуальну картину функціонування мови як інструмента соціальної взаємодії, пізнання та конструювання реальності. У підсумку теоретичні узагальнення, викладені в розділі, окреслюють багатовимірну природу комунікаційних процесів, які забезпечують смисловий, емоційно-психологічний і поведінковий рівні соціального життя, а також демонструють, як ці процеси зазнають трансформації в умовах військових конфліктів та інформаційних загроз.

Поняття соціальної комунікації та перцепції, розкриті в першому підрозділі, позначають фундаментальні механізми, що забезпечують взаємодію людини з соціальною дійсністю. Комунікація у своїх вербальних і невербальних формах формує когнітивні карти світу, підтримує соціальну узгодженість та передає моделі поведінки між поколіннями. Перцепція є не лише каналом отримання сенсорної інформації, а й активним когнітивним процесом, який спирається на досвід, культурні схеми та психологічні особливості індивіда. Такий підхід дозволяє розглядати сприйняття як багаторівневу систему, що містить відчуття, увагу, розпізнавання, категоризацію та інтерпретацію сенсорних сигналів. Спільне функціонування комунікації та перцепції забезпечує можливість соціального порозуміння, водночас створюючи ґрунт для непорозумінь, конфліктів або асиметричного тлумачення інформації у разі порушення когнітивних чи культурних узгоджень.

Розкриття ролі факторів (культурних, психологічних, соціальних, технологічних) показує, що комунікація є динамічним процесом, який постійно адаптується до умов сучасного суспільства. Зокрема цифровізація істотно модифікує канали та форми комунікації, створює нові типи перцептивних навантажень, змінює структуру уваги та формує інші механізми соціальної координації. У цьому контексті традиційні моделі комунікації (лінійна і транзакційна) є методологічною основою для усвідомлення того, як відбувається кодування, передавання й декодування смислів у реальному соціальному середовищі.

Другий підрозділ, присвячений психолінгвістичному аналізу військового дискурсу, значно розширює розуміння того, як мовні та когнітивні механізми функціують в умовах екстремального стресу, загрози, швидкоплинності ситуації та високої відповідальності. Військовий дискурс – це не просто жанр професійного спілкування, а стратегічна комунікативна система, у межах якої кожен мовний акт має функцію управління, координації, мотивації або психологічної підтримки. Йому характерні жорстка ієрархічність, стандартизованість мовлення, підвищена інформативність та особлива когнітивною структурованість повідомлень, що мінімізує можливість двозначності.

Психолінгвістичний підхід дає можливість проникнути в глибші рівні цього дискурсу, зокрема в механізми формування семантичних полів, асоціативних мереж, емоційного забарвлення окремих лексем, використання метафор, риторичних фігур і стимулів. У військовому контексті мова стає інструментом регулювання поведінки, консолідації групи та управління емоційними реакціями. Особливе значення мають мотиваційні звернення, національні наративи, символи та стратегічні метафори, які задають межі сприйняття подій і мобілізують стійкість особового складу.

Важливим складником психолінгвістичного аналізу є виявлення маніпулятивних і пропагандистських стратегій, що фігурують у сучасних інформаційних війнах. Використання фреймування, емоційних тригерів, повторів, дегуманізувальних метафор, фейкових наративів і сугестивних риторичних конструкцій значною мірою визначає не лише воєнні дії, але й психологічну атмосферу в суспільстві, сприйняття війни та мотивованість до спротиву. У цьому аспекті військовий дискурс постає поліфункційною сферою перетину психології, лінгвістики, соціології, медіазнавства та безпекових студій.

Третій підрозділ, присвячений методології дослідження текстових і вербальних засобів формування образу військових, окреслює важливість

міждисциплінарного підходу до аналізу мовного матеріалу. Семантичні поля, метафоричні конструкції, стилістичні прийоми, риторичні фігури та контекстуальні характеристики утворюють цілісну систему, яка визначає, як соціум інтерпретує роль військових у різні історичні періоди. Образ військового не є статичним: він варіює від героїзованого до травматизованого, від романтизованого до демілітаризованого залежно від культурної пам'яті, політичних режимів, соціальних настанов та медійних стратегій.

Поєднання якісних та кількісних методів, а саме дискурс-аналізу, контент-аналізу, корпусної лінгвістики, психолінгвістичних експериментів забезпечує багатовимірність дослідження та дає змогу не лише описати мовні явища, але й інтерпретувати їхній вплив на масову свідомість, суспільні оцінки й емоційні реакції.

Особливо важливою є категорія контексту: культурного, історичного, політичного та соціального. Саме контекст визначає, які риси військових актуалізуються в дискурсі: героїзм, стійкість, професійність, жертвність, травматичність, агресивність, людяність. Він також формує фрейми, через які суспільство осмислює війну, армію, державність і національну ідентичність. У підсумку образ військових постає як складний конструкт, що формується на перетині цінностей, історичної пам'яті та ідеологічних потреб суспільства.

Отже, теоретико-методологічні положення, викладені у першому розділі, формують цілісну наукову платформу для подальшого дослідження соціокомунікативної перцепції військових текстів та дискурсів. Вони демонструють, що мова у військовому контексті є не лише середовищем передавання інформації, а й інструментом формування емоційної стійкості, мобілізації, когнітивної організації реальності та ідеологічного впливу.

Отже, розділ забезпечує глибоке теоретичне підґрунтя для подальшого аналізу емпіричних даних, інтерпретації мовних механізмів формування образу військових та виявлення специфічних психолінгвістичних закономірностей, що

визначають соціальне сприйняття військових у сучасному українському суспільстві.

## **РОЗДІЛ 2. ДИСКУРСИВНИЙ АНАЛІЗ ОПИСУ ВІЙСЬКОВИХ В УКРАЇНСЬКИХ ТА РОСІЙСЬКИХ ДЖЕРЕЛАХ І ФІЛОЛОГІЙНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ СОЦІОКОМУНІКАТИВНИХ ПРАКТИК**

### **2.1. Лінгвістичні та стилістичні засоби опису українських і російських військових у національних медіа та соцмережах: чатах, каналах та новинних ресурсах**

Мова є потужним інструментом впливу, здатним формувати свідомість, змінювати настрої та підштовхувати людей до дій. Особливо важливу роль мова відіграє під час конфліктів, коли через психологічні операції та пропаганду намагаються не лише маніпулювати громадською думкою, але й здійснювати психологічний тиск на ворога, сіяти сумніви, зневіру та послаблювати його моральний дух. Російсько-українська війна, що розпочалась у 2014 році і ще триває, є яскравим прикладом того, як мовою послуговуються для здійснення психологічних операцій та військової пропаганди, яка намагається змінити сприйняття подій як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях.

Одним із основних аспектів мовного впливу у війні є використання термінології, яка може змінювати ставлення до подій і осіб, залучених у конфлікт. Наприклад, Росія намагається висвітлити себе в ролі «визволителя» або «рятівника», що «захищає» російськомовних жителів на сході України від «нацистів» або «фашистів», хоча це є частиною маніпулятивної стратегії. Таке використання термінів, як «терористи» щодо українських військових або «визволення» у контексті агресії, дає можливість створювати образ ворога та підвищувати рівень патріотизму серед власного населення. Важливим елементом таких операцій є створення «чорного» та «білого» світу, де одна сторона показана абсолютним злом, а інша – символом добра та правди [32].

Пропаганда, як невід'ємна частина інформаційної війни, використовує різноманітні методи маніпуляції, серед яких найбільш ефективними є дезінформація та підміна понять. Дезінформація містить у собі поширення неправдивої або переінакшеної інформації з метою створення враження, що одна зі сторін безумовно має рацію або, навпаки, винна у всіх трагедіях і конфліктах. У контексті російсько-української війни Росія активно використовує пропаганду, щоб дискредитувати українську владу, Збройні сили України та організації, які підтримують незалежність України. Це виражене у викривленні фактів, маніпуляції статистичними даними, а також в створенні вигаданих історій, що підривають довіру до урядів і міжнародних організацій, таких як ООН чи Європейський Союз.

Лінгвістичний аналіз пропаганди, яку використовують в контексті війни, дає змогу виділити кілька основних стратегій. Однією з них є репрезентація ворога через стереотипи та негативні образи. Наприклад, у російських наративних текстах українські військові часто зображені як агресивні, неадекватні особи, які використовують насильство проти мирних жителів, тоді як російські війська описані як миротворці. Цей прийом сприяє формуванню у громадськості образу ворога, якого не тільки можна, але й потрібно знищити, що знижує моральні бар'єри до насильства.

Іншою важливою стратегією є стигматизація та деморалізація опонента через мовні конструкції, що мають на меті підривати моральний дух противника. Слова, як «погані новини», «втрата надії», «вірогідність поразки» використовують з метою створення атмосфери безнадійності серед противника. Ці мовні прийоми сприяють тому, щоб він став більш схильний до здачі або відмови від боротьби [27, с. 37].

Також широко послуговуються відверненням уваги за допомогою мовних маніпуляцій. Російські медіа постійно перенаправляють увагу від актуальних проблем на більш вигідні для їхньої політичної ситуації теми. Цей прийом сприяє тому, щоб порушувати питання, що насправді є менш значущими, ніж

ті, які намагаються замовчувати, а саме – військові злочини, порушення прав людини, агресія Росії в Україні. Створення альтернативних реальностей через мову дозволяє збивати з пантелику міжнародну громадськість і підірвати ефективність санкцій та інших політичних механізмів, покликаних стримувати агресора.

Не менш важливими є різні типи мовної агресії, які використані для залякування населення та деморалізації супротивника. Залякування за допомогою мови може містити в собі не лише відверті погрози, але й підвищену частоту вживання слів, що викликають страх або відчуття загрози. Наприклад, у російських ЗМІ активно вжиті терміни на кшталт «катастрофа», «криза», «погроза виживанню», які підсилюють відчуття загрози, навіть коли реальна ситуація не є такою драматичною.

Лінгвістичний аналіз пропаганди також уможливлює дослідження методів формування національної ідентичності через мову. В умовах війни важливо зміцнювати національну свідомість, показуючи себе як захисника своєї землі, своєї культури, своєї нації. Відповідно, в українських медіа часто наявні слова, що символізують боротьбу за незалежність, за майбутнє країни і створюють героїчний образ українських воїнів. Цей аспект мовної війни має велике значення для мобілізації громадян, сприяючи підвищенню рівня патріотизму і готовності до боротьби [26, с. 353].

Загалом, мова під час війни стає не просто засобом комунікації, а могутнім інструментом психологічного впливу. Військова пропаганда та психологічні операції, зокрема через мову, здатні змінити сприйняття реальності, мобілізувати населення і здійснювати маніпуляції, що мають далекосяжні наслідки для суспільства та міжнародних відносин. Лінгвістичний аналіз таких стратегій дає можливість зрозуміти механізми впливу на свідомість людей і, можливо, знайти способи нейтралізації негативних ефектів пропаганди в майбутньому.

Аналіз лінгвістичних та стилістичних засобів опису українських і російських військових у національних медіа та соціальних мережах виявляє суттєві відмінності, що відображені у виборі лексики, стилістичних прийомах та прагматичних цілях комунікації.

В українських медіа та соціальних мережах активно використовують інноваційні мовні засоби, зокрема неологізми та неосемантизми, для позначення російських військових та їхніх дій. Ці мовні одиниці часто мають негативне забарвлення, виражаючи зневагу та презирство до агресора. Наприклад, поширеними є такі контаміновані слова, як «свинособаки», «чмоні», «козломорді», що поєднують у собі негативні характеристики та створюють зневажливий образ ворога. Крім того, використовують складні слова типу «унітазокради», які підкреслюють мародерські дії російських військових. Також застосовані неосемантизми, коли звичні слова набувають нового, негативного значення в контексті війни. Наприклад, слово «орки» стало широко вживаним для позначення російських солдатів, асоціюючи їх з агресивними та безжальними істотами з фантастичних творів. Такі лексеми підкреслюють негативні риси ворога, додаючи текстам іронічного або саркастичного відтінку. Це сприяє формуванню негативного образу агресора та консолідації українського суспільства в умовах конфлікту [17].

В українських медіатекстах на військову тематику спостерігаємо активне використання неосемантизмів, які надають нових значень вже наявним словам. Ці мовні засоби сприяють емоційному впливу на аудиторію, формуючи негативний образ противника. Наприклад, прикметник «м'ясний» використовують у реченнях таких, як *«М'ясний штурм окупантів: що це таке та який має вигляд – ексклюзивне відео ТСН з Авдіївського напрямку»*, *«Невпинні «м'ясні атаки» РФ виснажують українські сили»: репортаж CNN із охопленої боями Авдіївки»* (7) для опису дій російських військових, підкреслюючи їхню жорстокість та безжальність. Подібні лексичні інновації підсилюють емоційний вплив на читачів та глядачів, сприяючи формуванню

негативного образу агресора. Використання таких мовних засобів також відображає творчий потенціал української мови в умовах війни, демонструючи її здатність адаптуватися до нових реалій та виражати складні суспільні явища. Це підкреслює важливість мови як інструменту не лише комунікації, але й впливу на суспільну свідомість та формування колективної позиції щодо подій, що відбуваються.

У російських медіа та соціальних мережах, навпаки, спостерігаємо тенденцію до використання офіційної та нейтральної лексики під час опису власних військових. Використовують терміни на кшталт *«военнослужащие»*, *«защитники Отечества»*, що надають позитивного або нейтрального забарвлення. Це сприяє формуванню патріотичного настрою та підтримки дій російської армії серед населення [11].

В українських медіа на військову тематику широко застосовують аббревіатури, що сприяє економії мовних засобів та оперативному передаванню інформації. Окрім загальновідомих «ЗСУ» (Збройні Сили України) та «ППО» (протиповітряна оборона), часто використовують такі скорочення, як «АТО» (антитерористична операція), «ООС» (операція об'єднаних сил), «НГУ» (Національна гвардія України) та «СБУ» (Служба безпеки України). Ці аббревіатури не лише спрощують сприйняття складних термінів, але й підкреслюють важливість відповідних структур у контексті військових дій. Крім того, часте вживання антропонімів, таких як «Зеленський», «Залужний», «Резніков», та топонімів, як-от «Бахмут», «Луганськ», «Донецьк», «Буча», «Маріуполь», «Київ», «Росія», «Україна», «Захід», акцентує увагу на конкретних особах та місцях, пов'язаних з військовими подіями. Згадування антропонімів дає можливість персоніфікувати новини, роблячи їх більш доступними та зрозумілими для аудиторії, тоді як топоніми допомагають географічно прив'язати події, підкреслюючи їхню значущість для певних регіонів. Наприклад, повідомлення про бойові дії в «Бахмуті» або «Маріуполі» одразу викликають асоціації з відповідними територіями та їхнім стратегічним

значенням. Використання таких мовних засобів сприяє формуванню чіткого уявлення про ситуацію, підсилюючи емоційний відгук та залученість аудиторії.

Розглянемо лінгвістичні та стилістичні засоби опису українських і російських військових на прикладі телеграм каналу «Лачен пише». Аналіз публікацій каналу «Лачен пише» дає змогу виокремити характерні лінгвістичні та стилістичні засоби, що використані для опису українських та російських військових у національних медіа та соцмережах. Опис українських військових часто супроводжений патріотичною лексикою, символами та емодзі українського прапора, що створює позитивний образ, підкреслюючи мужність і професіоналізм. Натомість російські військові згадані в негативному контексті, з використанням неформальної, часто вульгарної лексики, як-от сленгові терміни «*Русня почала методично нищити наші фармацевтичні склади, при цьому жодних обмежень на імпорт медикаментів з країн заходу для них немає*» (15) чи емоційно забарвлені вислови на кшталт «*Тупо піздець як русня активізувалась*» (15).

Публікації поєднують офіційні дані з особистими коментарями автора, створюючи ефект «гібридного» дискурсу, де об'єктивні факти переплітаються із суб'єктивною інтерпретацією. Це підсилено використанням емоційно експресивних слів, вигуків, емодзі: «*Відтворене панно з точністю до найменшої деталі повторює оригінальну мозаїку в Маріуполі та воно також вирушить у турне Україною та світом. Вау», «Нормально так)))*» (15), що сприяє формуванню певного ставлення до учасників інформаційного процесу. У текстах часто наявні скорочення та аббревіатури, характерні для військового дискурсу та сучасного інформаційного простору: «*Керівника одного з районних ТЦК на Івано-Франківщині взяли під варту за побиття й катування новобранців, – ДБР.*», «*Тим часом КНДР відкинула заклик США до денуклеаризації, назвавши свій ядерний статус «незворотним»*» (15), що забезпечує швидке сприйняття інформації.

Стиль текстів є комбінованим: офіційні повідомлення з новинними фактами та покликаннями на авторитетні джерела поєднані з неформальними коментарями, що відображають суб'єктивне ставлення автора. Використання гіпербол та емоційних оцінок підсилює драматичність подій та створює виразний контраст між українськими та російськими військовими. Позитивний образ українських військових підкреслюється через патріотичну риторичку, а російські описані критично, часто зі зневажливими формулюваннями.

Автор активно залучає аудиторію через інтерактивні елементи, звертаючись до читачів і створюючи ефект безпосереднього спілкування: *«Дуже топовий, хто має можливість, подивіться», «Як вам?» (15)*. Мультижанровість контенту, що містить новини, коментарі, оголошення та навіть гумористичні елементи, сприяє не лише інформуванню, а й впливає на емоційне сприйняття аудиторії.

Загалом канал «Лачен пише» демонструє комплексний підхід у використанні лінгвістичних та стилістичних засобів: від офіційних новинних повідомлень до яскраво виражених особистих оцінок, що формують емоційно забарвлену картину військових подій у сучасному інформаційному просторі.

Також варто розглянути лінгвістичні та стилістичні засоби опису українських і російських військових на прикладі телеграм каналу «STERNENKO». Публікації каналу «STERNENKO» демонструють використання яскравої емоційної лексики та іронічних зворотів, які формують різке розмежування між образом українських та російських військових. Українські сили зображені як рішучі, героїчні та професійні, що підкріплено як фактичними повідомленнями, так і закликами до дії, спрямованими на мобілізацію аудиторії. Наприклад, у повідомленні *«Час збільшити нашу допомогу війську! Час міняти долари на дрони! Час влаштувати рекордний русоріз!» (16)* автор закликає до негайної підтримки, використовуючи експресивні імперативи, що створюють відчуття невідкладності та колективної відповідальності. При цьому офіційні дані, як-от заява *«Трамп призупинив всю*

військову допомогу Україні» (16), поєднані з особистими коментарями, що надають інформації суб'єктивного забарвлення.

На противагу цьому, російські військові часто зображені як слабкі, безсилі та предмет осміювання. Так у висловлюванні *«Ось що буває, коли у росіян зайві ноги. І коли ви донатите на русоріз!»* (16) використаний сарказм і зневажливий тон, що формує негативний образ противника. Інтеграція офіційних цитат із заявами політичних діячів, наприклад, коли сенатор-республіканець Томмі Тубервіль говорить: *«Зеленський збирається грати жорстко, але знаєте що? Він навіть не в грі. путін, Трамп і люди з нашого боку прийматимуть рішення для майбутнього України»* (16), дає можливість поєднати нейтральну інформацію з емоційно зарядженими коментарями. Такий підхід не лише інформує, але й стимулює аудиторію до активних дій, що відображений у повторюваних закликах на підтримку, як-от *«Підтримайте нічний RUSORIZ»* (16) та численних зверненнях на кшталт *«Донатйте на русоріз!»* (16).

Мові публікацій характерні комбінація коротких, динамічних фраз та неформальних звернень, що поєднані з офіційними новинними даними. Так використання гіпербол, сарказму і прямого звернення до аудиторії створює насичений образ, де українські військові представлені як надійний захисник нації, а російські – як агресор, що заслуговує на критичну оцінку. Наприклад, фраза *«Трамп зупинив постачання зброї для України. Це негативно вплине і на наш фронт, і на тил. Ворог не робить пауз. І ми теж не маємо права»* (16) підкреслює безперервність ворожих дій та необхідність негайної реакції, що сприяє формуванню єдиної позиції аудиторії. Стиль STERNENKO поєднує фактичну інформацію з виразною емоційною риторикою, завдяки чому створюється чітка дискурсивна рамка, де українські сили – це символ опору, а російські – об'єкт осміювання та критики.

У ході дослідження також було розглянуто лінгвістичні та стилістичні засоби опису українських і російських військових на прикладі новинного сайту

«ТСН». Матеріали новинного сайту ТСН демонструють використання стриманої, але водночас експресивної мовної політики під час висвітлення воєнних подій, що сприяє формуванню чіткого образу як українських, так і російських військових у медіапросторі. Образ українських захисників сформований за допомогою точних, офіційних термінів і фактичних описів, що підкреслюють їх професіоналізм, організованість і рішучість. Наприклад, у заголовку *«У ЗСУ назвали місяць, коли РФ зазнала найбільших втрат на фронті»* (7) використано дієслова на кшталт *«назвали»* та *«зазнала»*, що акцентують на конкретних числових показниках і оперативних досягненнях, створюючи враження ефективності військової діяльності. У висвітленні оперативних дій використано формулювання на кшталт *«Російські війська знищили позиції ЗСУ у Часовому Ярі і Торецьку: деталі»* (7), що містить чіткий дієслівний компонент *«знищили»* і створює образ ворога як агресивного і безжального, що активно атакує позиції українських сил. Таке формулювання підкріплене додатковими прикладами, наприклад, у заголовку *«Рекордні втрати окупантів у грудні: експерт пояснив причину»* (7), де використання слова *«окупанти»* має негативну конотацію, підсилюючи контраст між сторонами конфлікту. ТСН прагне показати ситуацію максимально об'єктивно, а вибір лексики для опису російських військових часто набуває критичного забарвлення – фраза *«Путін хоче капітуляції України, загибелі наших людей, здачі наших територій. Він помилився. Українці це доведуть»* (7) ясно демонструє рішучість захисників і водночас підкреслює агресивність противника. Так через використання чітких дієслівних конструкцій, точних числових даних і спеціалізованої термінології ТСН створює інформаційний простір, у якому українські військові зображуються як надійні захисники державної безпеки, а російські – як агресори, що діють за чужими інтересами. Це дає змогу аудиторії чітко розрізняти сторони конфлікту та формує

позитивний імідж українських сил у поєднанні з критичним ставленням до дій російських військових.

Також у вітчизняному медіадискурсі виявляємо сакралізацію образу воїнів у використанні релігійної лексики, метафор та символів, які надають військовим піднесеного, майже святого статусу. Часто захисників називають «ангелами», «світлом», «охоронцями», а загиблих воїнів «небесним військом» або тими, хто «пішов у засвіти»: «*Похоронили, як заповідав: Острог **провів у засвіти** воїна Андрія Лозюка*» (10). Такі номінації створюють у колективній свідомості уявлення про жертовність як найвищу моральну цінність і перетворюють окремі історії на сакральні наративи. Подібна практика водночас підсилює емоційний вплив медіатекстів, формуючи відчуття єдності та морального обов'язку перед пам'яттю полеглих.

Так лінгвістичні та стилістичні засоби опису українських і російських військових у національних медіа та соціальних мережах суттєво різняться. Українські медіа використовують інноваційну та емоційно забарвлену лексику для вираження негативного ставлення до російських військових, тоді як російські медіа надають перевагу офіційній та нейтральній лексиці для опису своїх військових, формуючи позитивний образ. Ці мовні стратегії відображають прагнення кожної зі сторін вплинути на суспільну думку та підтримати власні наративи щодо військових дій.

## 2.2. Аналіз риторичних прийомів та семантичних моделей у представленнях військових у російських джерелах: каналах, онлайн-чатах, соціальних мережах та медійних текстах

Аналіз риторичних прийомів та семантичних моделей у зображенні військових у російських джерелах, таких як канали, онлайн-чати, соціальні мережі та медійні тексти, виявляє використання низки стратегій, спрямованих на формування певного образу військових та вплив на сприйняття аудиторії.

Одним із ключових риторичних прийомів є використання метафор, які допомагають створити емоційно насичений образ військових. Наприклад, російські військові описані як «стражи порядку», що підкреслює їхню роль у захисті національних інтересів та підтримці внутрішнього порядку. Цей прийом сприяє формуванню патріотичних почуттів та підтримки дій військових серед населення.

Крім того, широко застосовують риторичні питання, які спонукають аудиторію до роздумів та підсилюють аргументацію. Наприклад, питання на кшталт *«Кто, если не мы, если не мы, будет стоять на страже нашей великой державы?»* (18) акцентують увагу на важливості місії військових та їхньої відповідальності перед суспільством.

Аналогії та порівняння також є поширеними риторичними прийомами. Військові дії можуть порівнювати з історичними подіями або подвигами минулого, що надає їм додаткової значущості та легітимності. Наприклад, використання фрази *«наши деды воевали»* (11) створює паралель між сучасними військовими та героями минулих воєн, зміцнюючи національну ідентичність та гордість за військові досягнення.

У семантичних моделях представлення військових часто використовуються позитивно забарвлені лексичні одиниці, такі як «герои», «освободители», «миротворцы». Це сприяє створенню позитивного образу військових та підвищує їхній авторитет у суспільстві. Водночас, для опису

противника можуть застосовувати негативно забарвлені терміни, що підсилює контраст між «нашими» та «чужими» і виправдовує військові дії.

У неформальних комунікаціях, таких як онлайн-чати та соціальні мережі, спостерігаємо використання іронії та сарказму для висміювання противника або підкреслення переваг власних військових. Наприклад, використання фрази «наши вежливые люди» з іронічним підтекстом може підкреслювати професіоналізм та стриманість російських військових у контрасті з агресивністю противника. Це дозволяє знизити напруженість та об'єднати аудиторію навколо спільних цінностей та переконань.

Наведемо аналіз риторичних прийомів та семантичних моделей у представленнях військових у російських джерелах, зокрема сайті новин «РИА Новости». Риторичні прийоми та семантичні моделі у висвітленні військових у російських джерелах, зокрема на сайті «РИА Новости», мають виразну ідеологічну спрямованість. Основним засобом впливу є евфемізація, що маскує агресію під нейтральні або позитивні формулювання. Наприклад, сама війна проти України позначається як «*специальная военная операция*» (12), що дає можливість уникати слів «війна», «агресія» чи «вторгнення». Окрім цього, вживають конструкції на кшталт «*освобождение территорий*» або «*защита мирного населения*» (12), що створює ілюзію оборонного характеру дій російських військ.

Другий важливий прийом – героїзація, яка спрямована на формування образу російських військових як захисників та визволителів. Використані фрази «*мужество наших бойцов*» або «*подвиг российских воинов*» (12), які формують у читача позитивне ставлення до агресії. Наприклад, «*российские военные самоотверженно выполняют задачи по защите Донбасса*» (12), що перетворює загарбницькі дії на благородну місію.

Демонізація супротивника є ще одним ключовим інструментом, що виражений через пейоративну лексику та формування негативних стереотипів. Українських військових часто позначають термінами «националисты» або

«боевики», що має на меті створити асоціацію з нелегітимними чи екстремістськими формуваннями. Наприклад, *«украинские боевики снова обстреляли мирные кварталы»* (12), що передбачає однозначну оцінку подій і не залишає місця для альтернативної інтерпретації.

Дихотомія «свої – чужі» також відіграє важливу роль у пропагандистському дискурсі. Російські військові називаються «наши ребята», «наши герои», що підсилює почуття спільності, тоді як українські сили маркуються як «противник» або «вражеские формирования», що сприяє їх дегуманізації. Наприклад, *«вражеские формирования не оставляют попыток атаковать наши позиции»* (12).

Використання історичних аналогій – ще один частий прийом, що апелює до колективної пам'яті та створює бажані асоціації. Наприклад, українських військових порівнюють із колаборантами Другої світової війни: *«современные последователи Бандеры продолжают преступления против мирного населения»* (12). Це формує в аудиторії негативне сприйняття України та її військових.

Отже, аналіз риторичних прийомів і семантичних моделей, що застосовують у російських масмедійних джерелах, засвідчує системний характер маніпулятивного впливу на масову свідомість та цілеспрямоване конструювання викривленої інформаційної реальності. Евфемізація агресивних дій, героїзація військових підрозділів, демонізація українських сил, апеляції до архетипних історичних наративів і послідовне відтворення дихотомії «свої – чужі» формують пропагандистський дискурс, що виправдовує воєнну експансію та легітимізує насильство.

Такі комунікативні стратегії мають не лише ідеологічний, а й виразно деструктивний сенс: вони сприяють посиленню соціальної поляризації, дегуманізації українців, формуванню колективного схвалення агресії та підтримці рішень, які ведуть до подальшої ескалації конфлікту. У цьому контексті інформаційні практики російських медіа постають як інструмент

інформаційної війни, що супроводжує й підсилює реальні збройні дії, створюючи символічне підґрунтя для продовження кровопролиття.

З огляду на це, риторичні та семантичні механізми, які застосовують російські медіа, варто оцінювати як такі, що суперечать принципам відповідальної журналістики, порушують етичні норми публічної комунікації й становлять загрозу для гуманітарної безпеки. Їхня діяльність не лише сприяє підтримці суспільної толерантності до насильства, а й фактично створює інформаційне середовище, яке нормалізує й виправдовує подальше кровопролиття. У цьому аспекті російський медійний дискурс може бути розглянутий як невід’ємний складник агресивної стратегії держави, що використовує інформаційні ресурси для досягнення воєнних цілей.

### **2.3. Порівняльний аналіз дискурсивних стратегій: як українські та російські джерела формують образ військових**

Порівняльний аналіз дискурсивних стратегій, які використовують українські та російські джерела для формування образу військових, виявляє суттєві відмінності в підходах, лексичних засобах та риторичних прийомах (Таблиця 2.1).

*Таблиця 2.1*

#### **Порівняння дискурсивних стратегій українських і російських джерел**

| <b>Аспект</b>            | <b>Українські медіа</b>                                                              | <b>Російські медіа</b>                                                                   |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| Основний наратив         | Захисники незалежності та територійної цілісності України.                           | Виконавці державної політики, спрямованої на захист інтересів росії.                     |
| Емоційне забарвлення     | Позитивне: героїзм, самопожертва, патріотизм.                                        | Позитивне: професіоналізм, виконання обов'язку.                                          |
| Формування образу ворога | Чітке визначення агресора, підкреслення необхідності захисту від зовнішньої загрози. | Зміщення акценту на внутрішні проблеми України, представлення конфлікту як внутрішнього. |
| Використання             | Сакралізація військових через                                                        | Використання історичних                                                                  |

|                      |                                                                                             |                                                                                         |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| символіки та метафор | образи янголів, захисників світла.                                                          | паралелей, покликання на минулі перемоги.                                               |
| Гендерний аспект     | Висвітлення ролі жінок у війську, підкреслення їхнього внеску та рівноправності.            | Традиційний підхід до ролі жінок, обмежене висвітлення їхньої участі у військових діях. |
| Вплив на суспільство | Консолідація суспільства, підвищення патріотичних настроїв, мобілізація на підтримку армії. | Підтримка державної політики, формування образу сильної армії, легітимізація дій влади. |

В українських медіа та соціальних мережах спостерігаємо виразну тенденцію до героїзації власних військових, що відображено як у мовній символіці, так і в підходах до висвітлення подій. Образ солдатів формують як непохитних захисників, героїв, воїнів світла, що втілюють ідеали мужності, самопожертви та любові до Батьківщини. Ці епітети не випадкові, вони свідомо використані для того, щоб підкреслити моральну та фізичну стійкість військовослужбовців, створити образ оборонців, здатних витримати найскладніші випробування на шляху до перемоги.

Такі героїчні образи пронизують як заголовки новин, так і публікації в соціальних мережах. Наприклад, повідомлення часто містять фрази на зразок: *«Наші захисники відбили атаку ворога»* або *«Герої ЗСУ звільнили чергове село»* (7), що не лише інформують про події, а й надихають населення, посилюють віру у власну непереможність. Крім того, у відеоматеріалах та інтерв'ю солдатів акцент роблять на особистих історіях мужності, розповідях про героїчні вчинки, що дозволяє аудиторії не просто спостерігати, а відчувати співпереживання та гордість за своїх захисників.

Подібний дискурс має декілька важливих соціальних функцій. По-перше, він сприяє підвищенню морального духу населення, формуючи єдине патріотичне співтовариство, яке об'єднується навколо ідеалів свободи та незалежності. По-друге, медіа, використовуючи надихаючі висловлювання, допомагають підтримувати бойовий дух армії, демонструючи, що кожна перемога, навіть невелика, є важливим кроком до загальної мети. Такі

висловлювання часто супроводжені фотографіями та відео з фронту, що створює враження безпосередньої участі суспільства у спільній боротьбі за країну [2, с. 12].

Дослідження текстових та вербальних засобів формування образу військових виявило багатогранність процесів, які впливають на конструювання цього образу в сучасному дискурсі. Як показав аналіз, мовні стратегії не є нейтральними: вони використані не лише для передавання інформації, але й для маніпуляції сприйняттям аудиторії. Дискурсивний аналіз дав змогу виявити, що повторне використання лексичних одиниць, таких як «герой», «захисник», а також метафор на кшталт: *«Піхота – щит нації. Вона першою зустрічає ворога і тримає рубежі, коли все навколо здригається від вибухів»* (14), надає емоційного колориту текстам і сприяє формуванню позитивного образу військових, що стимулює національне єднання та патріотизм. Це підтверджено й прикладами з медіа, де такі концепти використовують систематично для підкріплення офіційних наративів.

Крім того, аналіз семантичних полів, що відображають морально-ціннісні («смівість», «честь», «обов'язок») та агресивно-руйнівні («агресія», «наси́льство», «жорстокість») характеристики, дав змогу простежити відмінності у використанні позитивно та негативно забарвлених слів у медійному дискурсі. Як свідчать результати попередніх досліджень, позитивні лексеми формують образ українських військових як носіїв моральних ідеалів, тоді як негативно забарвлену лексику використовують переважно для характеристики російських воїнів, що підкреслює їхню агресію та деструктивність. Такий поділ засвідчує гнучкість текстових стратегій, де акцент може змінюватися залежно від соціокультурного контексту й цільової аудиторії.

Особливу увагу у дослідженні було приділено метафорам. Аналіз виявив, що метафоричні прийоми здатні не лише передати складні сенсові комплекси, але й впливати на емоційний стан аудиторії. Так, метафора у реченні *«Піхота –*

*щит нації. Вона першою зустрічає ворога і тримає рубежі, коли все навколо здригається від вибухів»* (14) в українському дискурсі створює образ військових як оборонців, які стоять на варті держави та її громадян, підсилюючи ідею героїзму та самопожертви. Натомість метафора у реченні *«Показове вбивство політика та громадського діяча Андрія Парубія у Львові: кривава російська машина продовжує вбивати своїх ключових ворогів»* (8) акцентує на безособовості та механічності російських військових дій, що вказує на процеси «деіндивідуалізації» та рутинності війни. У ворожих масмедійних джерелах поширені метафори *«Порядочные и честные люди: друг «крымских диверсантов» рассказал их биографию»* (19) чи *«стражи отчизны»* (4), які апелюють радше до знеособленої дисципліни, безумовного послуху керівництва та захисту окресленого їхньою владою державного простору, ніж до індивідуальної жертвності й усвідомлення власних дій і мети. Такий поділ метафоричних стратегій демонструє, як текстові образи змінюють свій емоційний відтінок залежно від дискурсивного контексту, визначаючи спосіб інтерпретації значення військових.

Риторичні засоби, використовувані в аналізованих текстах, також важливі для сприйняття. Послугування повторами та риторичними питаннями дає можливість не тільки акцентувати основні тези, а й викликати активну емоційну реакцію аудиторії. Наприклад, повторення фрази «наші герої» створює атмосферу солідарності та патріотичної єдності, підсилюючи ідею самопожертви й моральної відданості військових. Подібно, риторичні питання на кшталт *«Хто, як не ми, захистить нашу землю?»* (13) спрямовують слухача до внутрішнього підтвердження власної причетності, мобілізуючи громадську думку. Ці мовні прийоми засвідчують, що мова є не просто інструментом передавання інформації, але й потужним засобом формування соціальної реальності та консолідації суспільства.

Стилістичний аналіз виявив особливу роль епітетів, порівнянь і гіпербол у підсиленні образних характеристик. Епітети на кшталт: *«І знову болюча*

звістка сколихнула Ананьївську громаду – на війні з окупантами загинув житель села Шелехове, вірний син України, **мужній та безстрашний солдат** гранатометного відділення взводу вогневої підтримки 3 штурмової роти 1 штурмового батальйону ЗСУ Ігор Новицький» (1) або «талановитий командир» (6) не лише характеризують фізичні та моральні якості, а й формують певні емоційні конотації, що впливають на загальне сприйняття образу. Порівняння на зразок «... як бойові орли першого батальйону морської піхоти 36 окрема бригада морської піхоти» (3) підкреслюють ідеали мужности та непохитности, акцентують увагу на екстремальних і деструктивних вимірах військових дій. Такі стилістичні прийоми забезпечують потужний емоційний вплив на аудиторію, сприяючи формуванню стійких уявлень про роль військових у суспільстві.

Контекстний аналіз, застосований у дослідженні, підкреслив важливість врахування соціальних, історичних та культурних чинників, що впливають на формування образу. Зіставлення текстів різних історичних періодів – від військових пісень доби УПА до сучасних масмедійних публікацій – засвідчило, що образ військових змінюється відповідно до актуальних потреб суспільства. Так, у піснях УПА військові постають як герої-захисники, готові до самопожертви заради держави («Не плач, стара мати – син героєм став! Він за Україну голову поклав» («Там під Львівським замком» українська народна пісня)), що формує ідеалізовану ознаку оборонців. Натомість у медійному дискурсі часів Євромайдану паралельно з героїчним образом: «**Оборонці майдану** зустрічали нас із великим піднесенням, питали звідки ми» (6) простежений мотив втрат і трагізму «...боротьба за гідне та вільне життя, **жертвність і відвагу**» (9), що створює амбівалентність. Як засвідчено у дослідженні, у культурах, де військова служба історично має усталений статус, військові здебільшого постають символами єдності та гідності, тоді як у суспільствах, що пережили трагічні конфлікти, домінує поєднання героїчних і трагічних конотацій. Цей чинник особливо виразний у випадку сучасних подій,

таких як Євромайдан, коли образ військових трансформувався під впливом як офіційних, так і альтернативних дискурсів.

Інтеграція кількісних та якісних методів дала змогу провести систематичний аналіз масмедійних текстів і чіткіше простежити механізми формування образу військових. Кількісний аналіз частотности ключових лексем засвідчив, що в офіційних джерелах домінують позитивно забарвлені слова на позначення українських військових: «герой», «захисник», «патріот», які формують ідеалізований імідж армії. За даними дослідження, 80% новинних матеріалів, присвячених українським військовим, мають позитивне емоційне забарвлення, тоді як російські військові в них схарактеризовані за допомогою негативно конотованих одиниць («агресор», «окупант», «ворог»). Натомість у неформальних текстах і дописах у соціальних мережах значну частку становлять критичні й іронічні висловлювання, що створює контраст із офіційним дискурсом. Якісний підхід дозволив інтерпретувати глибинні смисли цих одиниць і з'ясувати, що навіть окремий епітет чи метафора формують складну систему значень. Наприклад, повторювані образи *«Піхота – щит нації. Вона першою зустрічає ворога і тримає рубежі, коли все навколо здригається від вибухів» (14)* або *«Войни світла, війни добра, війни життя: пам'ятаючи минуле, захищаємо майбутнє» (2)* посилюють патріотичний посил, тоді як метафори на кшталт *«Показове вбивство політика та громадського діяча Андрія Парубія у Львові: кривава російська машина продовжує вбивати своїх ключових ворогів» (8)* чи сленгове *«Русня почала методично нищити наші фармацевтичні склади, при цьому жодних обмежень на імпорт медикаментів з країн заходу для них немає» (15)* виконують роль дистанціювання та демонізації супротивника. Поєднання кількісного й якісного аналізу дало можливість об'єктивно схарактеризувати мовні патерни й водночас розкрити їхній когнітивний і соціокультурний вплив на масовий дискурс про військових.

Окремо варто зауважити дослідження вербальних та паравербальних аспектів комунікації, яке засвідчує, що не лише лексичний зміст, а й інтонація,

темپ мовлення, використання пауз, а також невербальні сигнали (жести, міміка, візуальний контакт) мають значення у вираженні емоційної та смислової інформації. Емпіричні приклади доводять, що в промовах військових під час інтерв'ю (ТСН. Тиждень «Кирило Верес: Ніколи не фантазував про кордони 91-го і 14-го». 23.06.2025 р.; Апостроф TV «У росіян є план на осінь! ІНТЕРВ'Ю з Будановим: мобілізація на Рф і навчання у Білорусі». 06.09.2025 р.) простежена стримана жестикуляція та зосереджений вираз обличчя, що підтримує образ дисципліни й сили; у телевізійних зверненнях вони часто зберігають прямий погляд у камеру, створюючи ефект особистого контакту; а в інтерв'ю застосовують уповільнений темп мовлення й знижений тон голосу, що формує відчуття довіри та щирости. Подібний комплексний підхід до аналізу комунікації розширює традиційні рамки текстового аналізу, наголошуючи на тісному взаємозв'язку між словом і невербальними засобами.

Останнім, але не менш важливим аспектом, є аналіз міжкультурних відмінностей у формуванні образу військових. Порівняльні дослідження українських та російських медіа засвідчили, що культурні й соціальні чинники істотно визначають специфіку їхньої презентації. Так, в українському інформаційному просторі військові репрезентовані як герої та оборонці, що підкреслено використанням позитивно забарвлених лексем («герої», «захисники», «борці») й апеляцією до національних символів та історичних паралелей. У російських медіа, своєю чергою, сформований інший образ: військові зображені як «визволителі» й «захисники традиційних цінностей», що перечить логіці їхніх дій, але легітимізує війну, так звану «СВО», в пропагандистських масмедіа. Тоді як українські військові описані за допомогою негативно маркованих лексем «націоналісти», «боевики», «каратели», що дискредитує образ українських військових і закликає реципієнтів до необґрунтованої агресії в бік України. У ширшому культурному контексті, як показують порівняльні дослідження, у культурах із давніми військовими традиціями, наприклад, у Польщі армія часто постає як символ

єдності та гідності, тоді як у суспільствах, що мають травматичний досвід воєнних поразок, зокрема в Німеччині та Франції, образ військових нерідко набуває амбівалентности, поєднуючи елементи героїзації та критичного сприйняття. Таке багатовимірне порівняння дає змогу виявити не лише універсальні патерни репрезентації військових, але й локальні особливості, що безпосередньо впливають на формування суспільної думки.

#### **2.4. Психолінгвістична інтерпретація результатів аналізу: синтез теоретичних підходів та практичних спостережень**

Психолінгвістична інтерпретація результатів аналізу опису військових у медіа та соцмережах в українських і російських джерелах дає змогу зрозуміти, як мовою та стилем послугують для формування конкретних образів і соціальних ідентичностей у контексті війни. Мовні засоби в обох контекстах виконують не лише комунікативну, але й впливову функцію, сприяючи створенню певних емоційних та ідеологічних наративів.

У *Таблиці 2.2* наведено психолінгвістичну та філологічну інтерпретацію описів військових у українських та російських джерелах.

*Таблиця 2.2*

#### **Психолінгвістична та філологічна інтерпретація описів військових у українських та російських джерелах**

| <b>Аспект</b>          | <b>Українські джерела</b>                                                                                                                                                                                                                     | <b>Російські джерела</b>                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Мовні засоби вираження | Використання суржику для передачі негативних явищ, що підкреслює сарказм або іронію щодо військових подій та учасників. Суржик часто застосовують під час опису відносин між Україною та Росією, а також у характеристиках політичних діячів. | Використання лексико-словотвірних новотворів, які виконують мотиваційні функції та відображають специфіку військового дискурсу. Новотвори часто використовують в публіцистичному стилі та інтернет-джерелах для номінації дій, процесів та явищ з прагматичним |

|                             |                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                             |                                                                                                                                                                                               | спрямуванням.                                                                                                                                                                                                 |
| Соціокомунікативні практики | Активне використання соціокомунікаційних технологій, які містять сукупність операцій, структур, процедур та методів, що забезпечують досягнення комунікативних цілей у військовому контексті. | Використання соціально-гуманітарних аспектів для розвитку комунікації, зокрема в контексті військових дій, що містить аналіз лексико-словотвірних інновацій та їхнього впливу на сприйняття військових подій. |
| Філологічна інтерпретація   | Дослідження концепту «спеціальна військова спецоперація» з психолінгвістичного погляду, що містить аналіз когнітивних механізмів сприйняття та відображення військових дій у мовленні.        | Аналіз лексико-словотвірних інновацій у медіадискурсі періоду війни, зокрема мотиваційних функцій новотворів, що відображають специфіку військової тематики в російських джерелах.                            |

Психолінгвістичний вимір отриманих результатів засвідчує, що аналіз військових наративів, медійних повідомлень та візуальних репрезентацій реальності бойових дій відображає глибинні механізми перцептивної обробки інформації, які діють у ситуації підвищеної соціальної, емоційної та екзистенційної напруги. Поєднання теоретичних підходів соціальної комунікації, семіотики й когнітивної психології дає змогу осмислити, яким чином комунікаційні практики, що функціують у контексті російсько-української війни, не лише передають інформацію, а й трансформують способи її сприйняття, інтерпретації та осмислення.

Психолінгвістичний аналіз отриманих емпіричних матеріалів демонструє, що ключовим чинником формування когнітивно-емоційної реакції аудиторії є співвідношення між вербальними і невербальними компонентами військових повідомлень. Зображення наслідків російської агресії (руйнувань, поранених, масових жертв) функціують як високоефективні перцептивні тригери, що активують механізми емоційного резонансу, емпатії та захисної ідентифікації з постраждалими. У межах психолінгвістики такі візуальні маркери

інтерпретовані не як супровідний матеріал, а як самостійні семіотичні структурні одиниці, здатні істотно модифікувати процеси розуміння та оцінювання інформації.

Актуальним у цьому контексті є питання функціонування мови насильства в російському комунікативному просторі. Психолінгвістичні спостереження підтверджують, що російська пропагандистська риторика послуговується стратегіями свідомого послаблення чутливості до насильства через нормалізацію кровопролиття, деперсоналізацію жертв, знецінення української суб'єктності та систематичне виправдання воєнних злочинів. Вербальні та медійні конструкції, що циркулюють у російському дискурсі, спрямовані на руйнування базового емпатійного реактиву та на формування спотвореної перцептивної реальності, де жорстокість подається як норма, а масові вбивства – як виправдані «історичною місією».

Психолінгвістичні механізми, що лежать в основі такої комунікації, підкріплені специфічними метафоричними та символічними структурами. Метафори «зачистки», «ліквідації», «денацифікації» або «девіталізації» працюють не лише як інструменти маніпулятивного впливу, а й як психолінгвістичні конструкції, покликані трансформувати ставлення до знищення людського життя. Через них російська держава здійснює глибинне мовно-когнітивне програмування, у рамках якого воєнне насильство набуває статусу «об'єктивної необхідності». Це відповідає класичним моделям агресивної пропаганди, які використовують мовні евфемізми та метафоричні перенесення з метою приховування реальної масштабності злочинів [12].

На противагу цьому, українські медійні практики формують дискурс, спрямований на підсилення емпатійної взаємодії, підкреслення трагізму війни та відновлення гуманістичної перспективи. Психолінгвістичні особливості такого дискурсу полягають у фіксації уваги на досвіді конкретних людей, реаліях повсякденного виживання, важливості колективної пам'яті та опору. Візуально-вербальні комплекси, що відображають зруйновані міста,

травматичний досвід цивільних та військових, функціують як інструменти реконструкції реального сенсу війни як трагедії, а не як політичного «завдання» [7].

Так психолінгвістична інтерпретація отриманих результатів засвідчує суттєві відмінності у способах конструювання реальності в українському та російському дискурсах. Українська стратегія комунікації ґрунтована на відновленні людського виміру війни, тоді як російський дискурс систематично репродукує кровопролитні наративи, спрямовані на легітимацію насильства та руйнування гуманістичних орієнтирів. Синтез теоретичних підходів і практичних спостережень дозволяє стверджувати, що психолінгвістичні механізми відіграють визначальну роль у формуванні колективного сприйняття війни та у моделюванні соціальної поведінки, а тому їхнє наукове осмислення є критично важливим для розуміння сучасних інформаційно-комунікаційних процесів.

### **Висновки до другого розділу**

Проведений у межах другого розділу дискурсивний, риторичний та психолінгвістичний аналіз репрезентацій військових в українських та російських медіа, соцмережах та онлайн-комунікації дає змогу сформулювати цілісне уявлення про специфіку мовного конструювання образів військових у двох протилежних інформаційних просторах. Отримані результати засвідчують, що лінгвістичні стратегії, стилістичні домінанти, семантичні моделі й риторичні прийоми, застосовані у медійному середовищі обох держав, є не лише відображенням реальних воєнно-політичних процесів, а й інструментами цілеспрямованого впливу на масову свідомість, емоційний стан і соціально-політичні орієнтації суспільства.

По-перше, аналіз лінгвістичних і стилістичних засобів показав, що українські медіа формують образ власних військових через стратегії героїзації,

персоніфікації та сакралізації. Цей образ представлений як комплекс рис героїчної відваги, моральної стійкості, професіоналізму та жертвовної відданості державі. Значущим у цьому дискурсі є активне використання позитивно забарвлених лексем («захисники», «герої», «воїни світла»), неологізмів і мовної інновації, що створюють новий патріотичний код сучасної української ідентичності. Водночас опис російських військових в українському інформаційному просторі має виразно негативне, часто саркастичне забарвлення та активно використовує емоційно-експресивні лексичні інновації, контамінації та сленгові назви («орки», «свинособаки», «русня»). Такі одиниці функціують як засоби мовної агресії, спрямовані на дистанціювання, демонізацію агресора й консолідацію власної групи.

По-друге, результати риторичного аналізу російських джерел засвідчили системність застосування стратегій маніпулятивного впливу, серед яких ключовими є евфемізація, героїзація російських військ, демонізація України, апеляція до історичних міфів і свідомо побудова дихотомії «свої – чужі». Російський дискурс активно використовує метафоричні моделі («стражи порядку», «защитники русского мира»), повторювані історичні паралелі («наши деды воевали») та псевдологічні аргументи, що апелюють до колективної пам'яті й підтримують ідеологічну конструкцію «визвольної місії». Водночас українських військових позначають пейоративними термінами («националисты», «боевики», «каратели»), що сприяє дегуманізації супротивника та легітимізації насильства. Евфемізація словосполученнями на кшталт «специальная военная операция», «освобождение территорий» маскує реальний масштаб агресії і сприяє формуванню в реципієнта викривленої картини війни. Усе це свідчить про функціонування російського медійного простору як координованого інструмента державної пропаганди.

По-третє, порівняльний аналіз дискурсивних стратегій виявив принципову асиметрію між двома інформаційними системами. Українські медіа переважно орієнтовані на мобілізаційну, консолідаційну, емпатійну та

інформувальну функції. Їхня мета – підтримка моральної стійкості, формування національної ідентичності, відновлення гуманістичного виміру війни та фіксація трагізму російської агресії. Натомість російські джерела здійснюють ідеологічне програмування масової свідомості, спрямоване на нормалізацію насильства, створення атмосфери загальної загрози, знецінення української суб'єктності та зняття моральних бар'єрів до підтримки воєнної ескалації. Така системна, свідомо структурована етична, лінгвістична й риторична опозиціонованість є одним із ключових відкриттів розділу.

По-четверте, результати психолінгвістичного аналізу показали, що мовні та візуально-вербальні конструкції в медіа чинять безпосередній вплив на механізми перцепції, категоризації, емоційного реагування і формування соціальних ідентичностей. Український дискурс активує механізми емпатії, соціальної підтримки, емоційної мобілізації та національної самоідентифікації через особисті історії, документальний матеріал, вербальні підсилення емоційного досвіду, конкретні візуальні образи війни. Російський дискурс, навпаки, проявляє характеристики системного «акумулятивного притуплення» чутливості до насильства, що виявлено через сталість використання евфемізмів, метафор технічного знищення («зачистка», «ликвідація»), деперсоналізацію жертв та редукцію війни до стерильного набору «оперативних завдань». Для російського масового реципієнта така комунікація створює когнітивну модель, у якій жорстокість постає не як травматичний досвід, а як раціонально виправданий елемент державної ідеології.

По-п'яте, аналіз паравербальних і невербальних компонентів засвідчив, що інформація про військових конструюється не лише через лексику, синтаксис чи риторичку, а й через інтонаційні, візуальні та мультимодальні практики. Українські медіа через інтонацію, темп мовлення, стримані емоційні реакції, твердість погляду військових у відеозверненнях підкреслюють їхню дисципліну, достовірність і моральну зрілість. Російські ж джерела часто інтерпретують відеоконтент як інструмент психологічного впливу, який

застосований для деконтекстуалізації реальних подій та створення штучної емоційної дистанції.

Узагальнюючи результати, можна констатувати, що образ військових у сучасному медійному дискурсі є результатом комплексної взаємодії лінгвістичних, риторичних, семантичних і психолінгвістичних механізмів, які структурують інтерпретацію війни на індивідуальному та колективному рівнях. В українському дискурсі ці механізми спрямовані на підсилення гуманістичної, ідентифікаційної та захисної функцій. У російському – на нормалізацію агресії, підтримку державної ідеології та створення інформаційної реальності, що виправдовує насильство.

Отже, другий розділ демонструє, що дискурс війни є не лише способом опису подій, а середовищем когнітивного та емоційного моделювання світу, де мова стає ключовим ресурсом формування суспільного сприйняття, політичної поведінки та колективної пам'яті. Саме тому глибоке вивчення дискурсивних стратегій і психолінгвістичних механізмів є критично важливим для осмислення інформаційної реальності сучасної російсько-української війни.

## ВИСНОВКИ

У результаті дослідження соціокомунікативного аспекту перцепції українських та російських військових, встановлено:

1. Соціокомунікація та перцепція є важливими концептами в соціальних науках, які визначають взаємодію людей та формування суспільних уявлень, зокрема щодо таких груп, як військові. Соціокомунікація охоплює процеси обміну інформацією між людьми, які містять як вербальне, так і невербальне спілкування. Ці процеси визначають, як інформація передана та сприйнята, а також як вона може впливати на соціальні структури, інститути та окремих індивідів. Перцепція ж в свою чергу є процесом сприйняття реальності, у якому важливу роль відіграють інтерпретації та оцінки, що виникають на основі отриманих сигналів. У контексті військових, соціокомунікація стає основним інструментом для передачі образів, стереотипів, емоцій та інформації, що стосується цього соціального сегмента. Роль перцепції у формуванні суспільних уявлень про військових є не менш значущою, оскільки вона допомагає інтерпретувати інформацію та встановлювати ставлення до цієї групи.

Проте важливо зазначити, що процеси соціокомунікації та перцепції можуть бути як позитивними, так і негативними, що безпосередньо впливає на формування іміджу військових. З одного боку, медіа та різноманітні соціальні платформи створюють образи військових як героїв, які віддають своє життя за захист країни. Ці образи, як правило, сформовані на основі національної гордості та патріотизму, а соціокомунікація через новини, фільми, книги чи інші медіа стає ключовим інструментом у цьому процесі. Водночас існують також випадки, коли негативні стереотипи, пов'язані з агресією, насильством чи авторитаризмом, можуть проникати в сприйняття військових. Це може відбуватися через комунікацію, що містить фальшиві чи перебільшені

повідомлення про військові події чи інциденти, де військові діяли неправомірно.

Перцепція також визначає, як окремі індивіди та суспільство в цілому сприймають військових в залежності від контексту, в якому вони опиняються. Так, в умовах війни або внутрішнього конфлікту образи військових можуть бути як позитивними, так і негативними в залежності від того, чи підтримує суспільство ці дії. Важливим аспектом є те, що ці уявлення можуть змінюватися з часом, оскільки процеси соціокомунікації постійно трансформують уявлення про військових у відповідь на соціальні, політичні та культурні зміни. Наприклад, в країнах, де війна є тривалим або постійним явищем, військові можуть бути сприйняті як необхідне зло, в той час як у мирний час їх роль може виглядати як менше важлива, а соціокомунікація здатна послабити цей образ.

Загалом, соціокомунікація та перцепція є двома взаємопов'язаними складниками, які визначають, як сформовані суспільні уявлення про військових. Вони допомагають формувати як позитивні, так і негативні образи цієї групи, залежно від того, як саме подана інформація в медіа, які емоції вона викликає та які оцінки на основі цієї інформації робить суспільство. У свою чергу, правильне і збалансоване використання соціокомунікації може призвести до формування більш справедливих і об'єктивних уявлень про військових, що є важливим для соціальної згуртованості та підтримки морального духу нації.

2. Психолінгвістичний підхід до аналізу дискурсу у військовій сфері є важливим інструментом для дослідження механізмів створення та трансляції образу військових. Цей підхід орієнтований на вивчення взаємодії мови, психології та когнітивних процесів, що визначають сприйняття та розуміння інформації, а також на те, як мовні структури відображають соціальні та психологічні аспекти дискурсу. Військовий дискурс є специфічним, адже він поєднує не лише стратегічні, тактичні та політичні елементи, а й емоційні, когнітивні та культурні аспекти, що мають велике значення у формуванні

образу військових. Психолінгвістичний підхід дозволяє глибше зрозуміти, як різні мовні стратегії та механізми впливають на сприйняття військових у суспільстві та яким чином цей образ може бути маніпульовано або конструктивно створювано.

Військовий дискурс є багатограним і містить у собі не лише наративи про військові операції чи тактичні дії, а й образи, які сформовані через мову в контексті патріотизму, героїзму, мужности та відданости. Психолінгвістичний аналіз дає змогу вивчати, як мова сприяє створенню цих образів, зокрема через використання метафор, риторичних прийомів, символів і знаків, що активують певні емоції та асоціації. Зокрема в контексті військової пропаганди чи медійного висвітлення військових подій часто застосовують техніки, що надають певним подіям героїчний або патріотичний відтінок. Наприклад, слова «герой» або «захисник» у військовому контексті не лише позначають певну роль чи діяльність, а й сприяють формуванню позитивного образу військових у суспільній свідомості.

З іншого боку, психолінгвістичний підхід також дає можливість виявити механізми, через які мова може стати інструментом стереотипізації, маніпуляції або навіть деміфологізації образу військових. Наприклад, у ситуаціях, коли військові вступають у конфлікти або вчиняють дії, що порушують етичні норми, певні мовні конструкції можуть бути використані для перекручування їхнього образу в суспільстві. Замість того, щоб згадувати конкретні факти або діяти через аналіз ситуації, мову можуть застосовувати для створення негативних стереотипів, що мають на меті дискредитувати військових або поставити під сумнів їхню моральність і професіоналізм. Такі стратегії стають потужним інструментом соціальної комунікації, що впливає на громадську думку, створюючи певні уявлення про військових як про агресивних, безжальних або навіть жорстоких осіб.

Психолінгвістика дозволяє також глибше зрозуміти, як ці механізми працюють в контексті культури, медіа та національної ідентичності. Вивчення

військового дискурсу за допомогою психолінгвістичних методів дає можливість розкрити, як мовні елементи, що використані в різних формах комунікації (новини, документи, пропагандистські матеріали), здатні змінювати або стабілізувати соціальні уявлення про військових. Цей підхід також дає змогу виявити, як різні соціальні групи можуть сприймати військових через призму власного досвіду, світогляду та культурних контекстів. Мовні стратегії, що використовують в різних країнах або націях, можуть значно варіюватися, впливаючи на те, як суспільство оцінює роль військових у мирний та воєнний час.

Загалом психолінгвістичний підхід до аналізу дискурсу у військовій сфері є надзвичайно корисним для розуміння того, як мовні та психологічні механізми формують суспільні уявлення про військових. Цей підхід дає змогу не лише вивчити саму мову, що використовується у військовому контексті, а й зрозуміти, як через неї передають глибокі культурні та соціальні значення, які можуть або сприяти формуванню позитивного образу військових, або піддавати його негативним змінам. Тому психолінгвістичний аналіз є важливим інструментом для дослідження взаємодії мови, психології та соціальних процесів у контексті військової тематики.

3. Лінгвістичні та стилістичні засоби опису українських та російських військових у національних медіа, чатах, каналах соціальних мереж та новинних ресурсах є потужним інструментом для формування суспільних уявлень та громадської думки щодо обох армій. У цьому контексті мова є не лише способом передачі інформації, але й важливим інструментом маніпуляції, створення образів і навіть інструментом ідеологічного впливу. Лінгвістичні засоби, такі як вибір слів, граматичні конструкції, метафори, риторичні фігури, активно використовують для створення або негативних, або позитивних образів військових, що, у свою чергу, може впливати на ставлення громадськості до війни, армії та політики держави.

У національних медіа та каналах соціальних мереж лінгвістичні та стилістичні засоби опису українських військових часто спрямовані на створення образу героїв, захисників, які борються за свою землю та незалежність. Українські військові в медіа часто називаються «захисниками», «героями», «відважними воїнами», що підкреслює їхню моральну чистоту та високу мету – захист батьківщини. Вибір таких лексичних одиниць сприяє формуванню позитивного образу військових у свідомості громадян. Крім того, використовуються й інші стилістичні прийоми, такі як метафори та символи, які підкреслюють патріотизм і боротьбу за свободу. Наприклад, армія часто описується через образи сили та непереможності, що підвищує моральний дух нації та створює впевненість у перемозі. У таких текстах також часто наявна романтизація військових дій, що дозволяє зберігати національну єдність і підтримувати дух опору. Мовні конструкції, що акцентують увагу на жертвості, хоробрості і мужності, дають змогу сформувати у громадян уявлення про українських військових як про людей, які борються за правду та справедливість.

Натомість у російських медіа військові часто представлені через терміни, які підкреслюють їхню велич, силу та правоту. Використовують такі лексеми як «визволителі», «герої», «професіонали», що формує образ російських військових як осіб, які здійснюють благородну місію, захищаючи свої інтереси або виправдовуючи агресію як необхідний крок. Мовні засоби у російських медіа часто містять елементи героїзації та патріотичного запалу, що служить для підтримки морального духу в умовах зовнішньої агресії чи внутрішньої політичної напруги. Іноді також застосовують агресивні риторичні стратегії, які підсилюють образ війни як справедливої та необхідної, що надає додаткову легітимність військовим діям. Російські військові можуть бути зображені як захисники національних інтересів або борці з «фашизмом», що також є важливою частиною національного наративу.

У чатах і каналах соціальних мереж мова також активно використана для створення та підтримки цих образів, хоча в цьому контексті лінгвістичні засоби набувають ще більш емоційного та неформального характеру. У соціальних мережах лексика часто є більш агресивною, схильною до поляризації, що може містити негативні стереотипи або прямі звинувачення. Наприклад, у випадку з українськими військовими часто підкреслена їхня боротьба за свободу, але й створено відчуття невпинної боротьби проти агресора. Мовні конструкції, що застосовують в українських соціальних мережах, часто мають емоційний заряд і використовують для мобілізації громадської думки та підвищення національної гордості. Натомість у російських мережах часто використовують епітети, що розповсюджують наратив про військових як захисників від зовнішніх ворогів, надаючи їхнім діям більше морального виправдання.

Новинні ресурси також активно застосовують лінгвістичні засоби для формування образів, і тут мовні стратегії часто є більш нейтральними або академічними, однак підсвідомо також впливають на громадську думку через вибір формулювань. Використання таких термінів, як «військові операції», «захист», «міжнародний конфлікт», може впливати на сприйняття військових як професіоналів, чия діяльність є частиною великих політичних або стратегічних завдань. Водночас новини, що висвітлюють конфлікти, можуть підсвідомо формувати різні уявлення про українських і російських військових в залежності від того, як подана їхня роль у цих подіях. Застосування термінів на кшталт «інтервенція» чи «визвольна місія» може змінювати сприйняття військових як агресорів або захисників, залежно від контексту.

Загалом лінгвістичні та стилістичні засоби, що застосовують для опису військових у медіа та соціальних мережах, мають значний вплив на формування суспільних уявлень та уявлень про конфлікт у цілому. Вибір лексики, граматичних структур, риторичних фігур і метафор є важливими інструментами, що не лише відображають реальність, а й активно її

конструюють, впливаючи на ставлення до війни, національної ідентичності та образу військових.

4. Аналіз риторичних прийомів та семантичних моделей, характерних для російських медіа та комунікативних платформ, демонструє системний і цілеспрямований характер маніпулятивного впливу, спрямованого на легітимізацію агресії та нормалізацію насильства. Евфемізація воєнних дій, героїзація російських військових, демонізація українських сил, історичні аналогії та послідовне відтворення дихотомії «свої – чужі» створюють викривлену інформаційну реальність, у якій агресор постає як визволитель, а жертва — як загроза. Такі стратегії не лише формують спотворене суспільне сприйняття конфлікту, але й сприяють дегуманізації українців, підвищенню суспільної толерантності до насильства та підтримці політики, що веде до подальшого кровопролиття. У цьому контексті російський медійний дискурс постає як ключовий інструмент інформаційної війни та невід’ємна складова загальної агресивної стратегії держави.

5. Порівняльний аналіз дискурсивних стратегій українських та російських медійних джерел щодо зображення військових засвідчує не лише відмінності в комунікативних підходах, але й концепційно протилежні ідеологічні засади, що лежать в основі цих наративів. Хоч обидві країни формують медійні образи військових для впливу на громадську думку, український дискурс має переважно оборонний, гуманістичний та егалітарний характер, тоді як російський – агресивний, маніпулятивний та спрямований на виправдання воєнного насильства.

Українські медіа зосереджені на підкресленні героїзму, відданості та моральної стійкості військових, які боронять державну незалежність і громадянську свободу. Образ українського військового постає як образ захисника, що діє в умовах екзистенційної загрози, відстоюючи не лише територію, а й фундаментальні демократичні цінності. Перевага надана особистим історіям, національній символіці, культурним кодам, що акцентують

на людській гідності, співпраці з цивільними й спільній боротьбі суспільства. Такі дискурсивні практики слугують формуванню консолідованого національного наративу опору та підтримують гуманітарні принципи ведення війни.

Російський медійний дискурс, натомість, демонструє систематичне застосування пропагандистських стратегій, спрямованих на легітимізацію воєнної агресії та формування хибної інформаційної реальності. Замість гуманістичних наративів він активно експлуатує риторику «визволення» та «захисту», яка не відповідає реальним руйнівним наслідкам російських військових дій. Широко поширені евфемізації, зокрема концепт «специальной военной операции», покликані приховати факт повномасштабного вторгнення й зменшити соціальну відповідальність за злочини проти України. Російські медіа конструюють образ військових як «захисників стабільності» або носіїв «традиційних цінностей», просуваючи так політичну містифікацію, що виправдовує агресію через псевдоісторичні та ідеологічні аргументи.

Маніпулятивний вплив російських дискурсивних стратегій виявляємо також у системній демонізації українців. Українських військових позначають термінами, що створюють образ нелегітимності та радикалізму, а саму Україну – як джерело загрози. Такі риторичні моделі не лише дегуманізують українців, але й сприяють психологічному конструюванню «ворожого образу», який є ключовим елементом пропагандистського апарату. На міжнародній арені російські медіа тиражують хибний наратив боротьби з «неонацизмом», використовуючи його як інструмент зовнішньої маніпуляції та інформаційної експансії.

Попри окремі поверхневі збіги, як-от звернення до героїзації чи патріотичної риторики, ці стратегії мають різне функційне навантаження. В українському дискурсі героїзація слугує мобілізації суспільства в умовах оборони, тоді як у російському – виконує роль інструменту психологічного

тиску, спрямованого на нормалізацію воєнних злочинів і формування суспільної толерантності до кровопролиття.

Так російські масмедіа не просто репрезентують військових у маніпулятивному ключі, а й активно створюють ідеологійний фундамент для продовження агресії, дестабілізації міжнародного порядку та підтримки політики, що суперечить базовим нормам гуманітарного права. Саме таких пропагандистських практик, які легітимізують насильство і посилюють гуманітарну катастрофу, науковий дискурс має піддавати критичному осуду.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ажнюк Л. В. Мова ворожнечі як об'єкт юридичної лінгвістики. *Українська мова і європейський лінгвокультурний контекст*. Київ: Вид. дім Д. Бураго, 2019. С. 304–317.
2. Анісімова Д. М., Сергієва А. В. Медіатекст. особливості його функціонування. *Радіоелектроніка та молодь у XXI столітті: матеріали 25-го Міжнар. молодіжн. форуму, 20-22 квітня 2021 р.* Харків: ХНУРЕ, 2021. Т. 11. С. 11–12.
3. Баган М. Вторинна номінація захисників і ворогів України на тлі російського вторгнення 2022 р.: лінгвоаксіологічний і дериваційний аспекти, «Slavia Orientalis», 2023. Vol. LXXII. Вип 1. С. 173–190. URL: <https://doi.org/10.18523/lcmp2522-9281.2023.9.121-139> (дата звернення: 23.11.2025).
4. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. 2-ге видання, доповнене. Київ : Академія, 2009. 376 с.
5. Белофастова Т. Ю. Етичність як принцип публічної комунікації. *Соціокомунікаційні тенденції в медійному та науково-освітньому дискурсах: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Київ, 22 травня 2024 р.)* / упоряд. Н. М. Вернигора. Київ : Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2024. 246 с. URL: <https://surl.li/fmftdu> (дата звернення: 23.11.2025).
6. Білик К. М. Аналіз лінгвальних характеристик корпусу медіатекстів тематики «війна в Україні». *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. Філологічні науки. Вип. 1 (99). Житомир, 2023. С. 51–74.
7. Борг Дж. Мистецтво говорити. Таємниці ефективного спілкування / пер. з англ. Н. Лазаревич. Харків : «Ранок» : Фабула, 2019. 304 с.

8. Бочулинський С. Концептуальні та емпіричні особливості дискурсивного конструювання соціальної реальності. *Релігія та Соціум*, 2015. № 1-2(17-18). С. 255–262.
9. Васильченко С. А., Онуфрієнко Г. С. Нова й актуалізована в умовах воєнного стану лексика в масмедійних джерелах сучасної української мови. *Українська мова в юриспруденції: стан, проблеми, перспективи*. 2022. С. 121–124.
10. Великий тлумачний словник сучасної української мови : уклад. та голов. ред. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь : Перун, 2005. Вип. VIII, 1728 с.
11. Вусик Г., Павлик Н., Неологізми як мовне відображення російсько-української війни 2022 року. *Запорізькі філологічні студії*. Запоріжжя, 2022. Вип. 23. Т. 1. С. 52–57.
12. Гладченко А., Комарова О., Неологізація лексики у період російсько-української війни. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. Київ, 2023. Вип. 34 (73), № 1. Ч. 1. С. 7–13.
13. Гриценко С., Мовні інновації російсько-української війни 2022 року. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Серія: Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика. Київ, 2022. № 2 (32). С. 9–13.
14. Дем'янчук Ю. І. Програмне забезпечення для виділення колокацій (на прикладі військових термінів НАТО). *Вісник Маріупольського державного університету*. Серія «Філологія». Київ, 2016. Вип. 15. С. 70–77.
15. Дорожкіна І. Культурно-мовна ідентичність України в сучасному інформаційному середовищі: аналіз англomовної вербалізації. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія «Філологія». Харків, 2016. Вип. 45. С. 93–101.
16. Колібаба Л., Романюк С., «Вільний народі незламної країни!», або про граматичні форми звертань в українському політичному дискурсі ХХІ ст.

Соціальне у мові та мова в соціумі: колективна монографія, наук. ред. та упоряд. Н. Ясакова. Київ, 2023. С. 313–354

17. Костусяк Н. М. Лінгвостилістичні та прагматичні особливості неодериватів та неографізмів періоду російсько-української війни. Досвід війни. Медійно-дискурсивний простір сучасної України / за ред. С. Романюк. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2024. С. 43–58.

18. Коч Н. В. Когнітивна лінгвістика : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Миколаїв : Іліон, 2021. 132 с.

19. Крилова-Грек Ю. Психолінгвістичні аспекти політичного дискурсу. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Київ, 2015. С. 22–24.

20. Кумпан, С. М., Коваль А. В. Способи подачі інформації про військовий мовний етикет у комунікативному словнику. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Філологія. Вип. 58. Одеса, 2022. С. 285–289.

21. Мацьопа Х. М. Специфіка використання інформаційних технологій у формуванні громадської думки в сучасній Україні. *Політичне життя*. Вінниця, 2023. Вип. 3. С. 80–87.

22. Мініч Л. С., Лозюк С. А. Аналіз дискурсивних стратегій у конструюванні образу українських військових у масмедійних джерелах. Українська мова в сучасному науковому вимірі : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (до 90-ліття від дня народження доктора філологічних наук, професора, члена-кореспондента НАН України І. Р. Вихованця), м. Луцьк, 9–10 жовтня 2025 р. ; відп. ред. : Н. М. Костусяк, Т. Є. Масицька. Луцьк : ФОП Мажула Ю. М., 2025. С. 183–188.

23. Мініч Л. С., Лозюк С. А. Концепт «війна» в українському масмедійному просторі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2024. Вип. 22(90). С. 140–143.

24. Мініч Л. С., Лозюк С. А. Мовна репрезентація концепту «воїн» у сучасній українській масмедійній картині світу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2025. Вип. 26(94). С. 17–21.

25. Мініч Л. С., Лозюк С. А. Формування образу військових у масмедійному просторі під час повномасштабної російсько-української війни: лінгвокогнітивний аналіз. *Слобожанський науковий вісник*. Серія: Філологія. Суми, 2025. Вип. 11. С. 82–87.

26. Моргун А. Війна росії проти України: тенденції конфліктного дискурсу в сучасних українських ЗМІ. *Наукові записки*. Випуск 3-4 (83-84). Київ, 2018. С. 352–362.

27. Навальна М., Слис О., Функційно-семантичні особливості використання військової лексики в мові газети «День». *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород, 2022. Вип. 25. Т. 1. С. 36–42.

28. Натяжко С. М. Психоаналітичні дослідження в сучасному українському літературознавстві. *Питання літературознавства*. Чернівці, 2015. № 91. С. 220–233.

29. Перскова Ю. І. Дискурс як вияв соціальної взаємодії: параметр влади. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер. Філологія. Київ, 2015. № 16. С. 186–189.

30. Підсуха О. Лінгвістична маніпуляція в текстах онлайн-новин БІ-БІ-СІ. *Міжнародна науково-практична конференція «Лінгвістичні та комунікативні аспекти культури*. Київ, 2019. С. 103–105.

31. Піз А., Піз Б. Мова рухів тіла. Розширене видання / пер. з англ. Н. Лавська. Київ : Видавнича група М, 2021. 416 с.

32. Ратушна Т. О. Фейки як маніпулятивна технологія формування громадської думки. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. Одеса, 2021. № 29. С. 71–76.

33. Романюк С., Лінгвостилістичні особливості президентської інавгураційної промови. *Мовознавча комісія НТШ. З історії людей та ідей*. відп. ред. Г. Дидик-Меуш. Львів, 2023. С. 99–112.

34. Семенюк І. С. Базові поняття комунікативної лінгвістики (лінгвокогнітивний аспект). *Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки*. Житомир, 2008. Вип. 42. С. 181–184.

35. Рощина Л. Б. О. П. П. Х. А. Війна і битва наративів: Як російська пропаганда діє в медійному просторі Глобального Півдня. detector.media. URL: <https://detector.media/infospace/article/210274/2023-04-19-viyna-i-bytva-naratyviv-yak-rosiyska-propaganda-diie-v-mediynomu-prostori-globalnogo-pivdnnya/> (дата звернення: 23.11.2025).

36. Слободська І. А., Мальований Р. В. Вплив ЗМІ на формування громадської думки. *Молодіжний науковий юридичний форум: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції до Дня науки*. м. Київ, Національний авіаційний університет, 26 травня 2016 р. Том 1. Тернопіль, 2016. С. 37–40.

37. Соціокомунікаційні тенденції в медійному та науково-освітньому дискурсах: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Київ, 22 травня 2024 р.) / упоряд. Н. М. Вернигора. Київ: Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2024. 246 с.

38. Степаненко М., Мовне законодавство, соціолінгвістика, політична лексикографія: найновітніші виміри. Лінгвістичні дослідження : збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди, 2022. Вип. 56. С. 55–76.

39. Українські та закордонні медіа перед викликами сучасності : збірник матеріалів звітної наукової конференції за 2022 рік (секція «Журналістики») / упоряд. Андрій Яценко. Львів : Простір-М, 2023. 160 с.

40. Храбан Т. Є. Психоаналітична інтерпретація як метод дослідження військового дискурсу. *Вісник університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Філологічні науки»*. Дніпро, 2021. Вип. 2 (22). С. 184–190.
41. Храбан Т., Храбан М. Контент-аналіз у військових дослідженнях. *Вісник Національного університету оборони України*. Київ, 2024. С. 141–150.
42. Цуркан Ю., Неосемантизація як віддзеркалення соціодинаміки в сучасних українськомовних засобах масової інформації. *Лінгвістичні дослідження : збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди*. Харків, 2018. Вид. 48. С. 337–342
43. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації : навч. посібник. Київ : Видавничий центр «Академія», 2010. 312 с.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ананьївська міська територіальна громада. «І знову болюча звістка сколихнула Ананьївську громаду» / Facebook, 2025. URL : <https://surl.lu/xibhgd> (дата звернення: 11.09.2025).
2. АрміяInform. Воїни світла, воїни добра, воїни життя: пам'ятаючи минуле, захищаємо майбутнє. URL: <https://surl.li/wrpskq> (дата звернення: 21.08.2025).
3. ВМС ЗС України. «Бойові орли першого батальйону морської піхоти 36 окрема бригада морської піхоти» / Facebook, 2025. URL : <https://www.facebook.com/watch/?v=757665438880434> (дата звернення: 11.09.2025).
4. Люди. Не люди. Знаменитости о войне в Украине. URL: <https://human-nonhuman.info> (дата звернення: 21.08.2025).
5. Межівська селищна територіальна громада. Захистимо свій дім-захистимо Україну! URL: <https://mezhova.otg.dp.gov.ua/novini-ta-podiyi/novini/zakhystymo-svii-dim-zakhystymo-ukrainu> (дата звернення: 23.11.2025).
6. Національний музей Революції Гідності. «#Цей\_день\_на\_Майдані: 19 лютого 2014 року» / Facebook, 2025. URL : <https://surli.cc/tibnki> (дата звернення: 11.09.2025).
7. Новинний сайт «ТСН». URL: <https://tsn.ua/ukrayina> (дата звернення: 23.11.2025).
8. Радіо Культура. «Показове вбивство політика та громадського діяча» / Facebook, 2025. URL : <https://surl.li/zgjftm> (дата звернення: 11.09.2025).
9. Район. Історія. День, який вшановує жертвність і відвагу: пам'яті Героїв Небесної Сотні. URL: <https://surl.lt/qparpkc> (дата звернення: 21.08.2025).
10. Район. Острого. Похоронили, як заповідав: Острого провів у засвіти воїна Андрія Лозюка. URL : <https://ostrog.rayon.in.ua/news/517492-pokhoronili->

[yak-zapovidav-ostrog-proviv-u-zasviti-voina-andriya-lozyuka](#) (дата звернення: 23.11.2025).

11. Рощина Л. Б. О. П. П. Х. А. Війна і битва наративів: Як російська пропаганда діє в медійному просторі Глобального Півдня. detector.media. URL: <https://detector.media/infospace/article/210274/2023-04-19-viyna-i-bytva-naratyviv-yak-rosiyska-propaganda-diie-v-mediynomu-prostori-globalnogo-pivdnya/> (дата звернення: 23.11.2025).

12. Сайт новин «РІА Новости». URL: <https://ria.ru/spetsialnaya-voennaya-operatsiya-na-ukraine/> (дата звернення: 23.11.2025).

13. 44 окрема механізована бригада. «Хто, як не ми, захистить наші родини, міста, Україну від ворожого вторгнення» / Facebook, 2024. URL : <https://surl.lu/fmgqjq> (дата звернення: 11.09.2025).

14. Сухопутні війська ЗС України. «Піхота — щит нації» / Facebook, 2025. URL : <https://surli.cc/iychin> (дата звернення: 11.09.2025).

15. Телеграм канал «Лачен пише». URL: <https://t.me/lachentyt> (дата звернення: 23.11.2025).

16. Телеграм канал STERNENKO. URL: <https://t.me/sssternenko> (дата звернення: 23.11.2025).

17. 67 окрема механізована бригада ЗСУ. «Якщо не хочеш бути в ярмі чи стати рабом, треба боротися!» / Facebook, 2025. URL : <https://surl.li/pyotjo> (дата звернення: 11.09.2025).

18. Hakikat.info. Улан-бек Кенжикаев: «Кто если не мы, будет стоять на страже великой России». URL: <https://hakikat.info/kat/obshestvo/svo/item/ulan-bek-kenzhikaev-kto-esli-ne-my-budet-stoyat-na-strazhe-velikoj-derzhavy-rossii> (дата звернення: 23.11.2025).

19. OBOZ.UA. Порядочные и честные люди: друг "крымских диверсантов" рассказал их биографию. URL: <https://surl.li/lcgbha> (дата звернення: 11.09.2025).

20. Zahid.Net. Якщо русня так хоче, вона отримає ще більші втрати.  
URL: <https://surl.li/ysaydw> (дата звернення: 11.09.2025).