

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Херсонський державний університет  
Факультет української та іноземної філології та журналістики  
Кафедра англійської філології та світової літератури імені  
професора Олега Мішукова

## Дипломний проєкт

освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр»

зі спеціальності 035.041 Германські мови та літератури (переклад  
включно), перша – англійська

на тему: «Образ України в контексті російсько-української війни  
(на матеріалі сучасного медійного дискурсу)»

Виконавець:

Студентка II курсу заочної форми  
навчання

Спеціальність: 035.041 Германські  
мови та літератури (переклад  
включно), перша – англійська

**Проточенко Д.В.**

Науковий керівник:

Докторка філологічних наук,  
доцентка кафедри англійської  
філології та світової літератури  
імені професора Олега Мішукова  
**Цапів А.О.**

Івано-Франківськ - 2023

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ В СУЧАСНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ.....</b>	<b>6</b>
1.1. Поняття «образ» у сучасній лінгвістичній парадигмі.....	6
1.2. Медійний дискурс як осередок конструювання образів та специфічні лінгвістичні риси сучасних англомовних медіатекстів...11	11
<b>РОЗДІЛ 2. ОБРАЗ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО- УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....</b>	<b>22</b>
2.1. Лінгвістичні засоби створення образу України в контексті російсько-української війни.....	22
2.2. Вплив фейків на образ України в сучасних англомовних медіатекстах.....	31
2.3. Образ України у вітчизняних і закордонних засобах масової інформації .....	38
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>49</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>53</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Дослідження конструювання образу України у контексті російсько-української війни набуває все більшої актуальності. Образ України, створений в засобах масової інформації, має істотне значення для громадської думки як всередині держави, так й на міжнародному рівні. Змодельований образ країни може впливати на те, як люди сприймають конфлікт, на їхню підтримку тієї або іншої сторони чи на їхню позицію стосовно пов'язаних із ним соціальних та політичних питань.

Розуміння того, як зображують нашу країну, дає змогу дипломатам та політикам адаптувати власні стратегії і дії. Усвідомлення того, як зображують Україну, дає можливість виявити дезінформацію, пропаганду чи викривлені наративи. Така обізнаність відіграє ключове значення для протидії неправдивій інформації і сприяння збалансованому й точному висвітленню подій, що, врешті-решт, дасть змогу створити більш чесний та прозорий дискурс війни.

З огляду на вище зазначене, вивчення образу України у контексті російсько-української війни відіграє вагоме значення задля детального розуміння конфлікту і його ширших наслідків на геополітику.

Медіатексти почали виступати об'єктом дослідження в багатьох розвідках сучасних українських вчених, у тому числі таких як К. М. Білик [1], Т. М. Головач [5], О. К. Ковальова [7], Н. В. Космацька [9], Н. Скиба [21], Г. Є. Черемхівка [24], О. Четверікова [25] тощо. Дослідженням онлайн-журналістики займається велика кількість закордонних науковців: Д. Кристал [29], Г. Кресс [20], Б. Макнейр [31] та ін. Дослідженню понять «імідж», «образ», а також формуванню образів у засобах масової інформації присвячені роботи вітчизняних і закордонних науковців як-от Т. П. Вільчинська [3], Ж. В. Краснобаєва-Чорна [11], М. Лиля [13], І. Михайлин [14], І. Приходько [19],

І. Серебрянська [20], П. С. Хаботнякова [23], Х. А. Щепанська [28], а також Л. І. Шевченко, Д. Ю. Сизонов [27] й інших. Проблема формування образу України в сучасному медіадискурсі розкривається у працях науковців Ю. Захарченка [6], А. Колдомасова [8], О. Котенка [10], А. Тернової, А. Колоди [22], О. Ю. Чечеля [26] та інших. Не дивлячись на важливість внеску згаданих авторів у досліджуване питання, проблема формування образу в Україні у сучасному англомовному медіадискурсі в контексті російсько-української війни зостається недостатньо дослідженою.

**Мета дослідження** – виявити особливості формування образу України в сучасному медійному дискурсі в контексті російсько-української війни.

Поставлена мета обумовила необхідність виконання наступних **завдань дослідження:**

- обґрунтувати поняття «образ» у сучасній лінгвістичній парадигмі;
- витлумачити медійний дискурс як осередок конструювання образів та специфічні лінгвістичні риси сучасних англомовних медіатекстів;
- виявити лінгвістичні засоби створення образу України в контексті російсько-української війни;
- визначити вплив фейків на образ України в сучасних англомовних медіатекстах;
- порівняти образ України у вітчизняних і закордонних засобах масової інформації.

**Об'єкт дослідження** – образ України у сучасному англомовному медійному дискурсі.

**Предмет дослідження** – лінгвістичні засоби формування образу України в контексті російсько-української війни на матеріалі сучасного медійного дискурсу.

**Методи дослідження.** В процесі виконання роботи було використано комплекс загальнонаукових та лінгвістичних методів. У роботі використано загальнонаукові методи аналізу і синтезу, індукції і дедукції, які дали змогу здійснити узагальнення теоретичної бази роботи та систематизацію зібраного матеріалу. Також застосовано низку спеціальних лінгвістичних методів: порівняльний і зіставний аналіз – дав змогу зробити порівняння образу України у вітчизняних і закордонних англомовних засобах масової інформації; метод контекстного аналізу застосовано, щоб виявити вплив фейків на образ України в сучасних англомовних медіатекстах; описовий метод дав змогу описати наявні дані і отримані результати дослідження; компонентний аналіз дав змогу проаналізувати лінгвістичні засоби створення образу України в контексті російсько-української війни; лінгвостилістичний аналіз; типологічний метод; контекстуально-інтерпретаційний аналіз; лінгвопрагматичний аналіз, критичний дискурс аналіз в сукупності допомогли виявити і проаналізувати особливості формування образу України в контексті російсько-української війни на матеріалі сучасного медійного дискурсу. Для досягнення поставленої мети також був використаний метод суцільної вибірки.

**Практичне значення одержаних результатів** дослідження полягає в можливості їх застосування дослідниками, студентами вищих навчальних закладів філологічного профілю, на практичних і теоретичних заняттях в рамках різних курсів, спецкурсів і спецсемінарів. Також результати можна використовувати у доповіді на науковій конференції, статті з піднятих проблем формування образу України у сучасних англомовних мас-медіа.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, 2 розділів, висновків, списку використаних джерел, що містить 52 найменування. Загальний обсяг роботи 58 сторінок, з них основного тексту 52 сторінок.

**Апробація результатів дослідження.**

## Публікації

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ В СУЧАСНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

### 1.1. Поняття «образ» у сучасній лінгвістичній парадигмі

Поняття «образ» виступає багатозначним та широко застосовується не лише у лінгвістиці, але і в ряді наук, як-от мистецтвознавство, філософія, міфологія, історія, психологія, антропологія і літературознавство (Т. П. Вільчинська [3], Ж. В. Краснобаєва-Чорна [11], І. Михайлин [14], І. Приходько [19], І. Серебрянська [20], Х. А. Щепанська [28], П. С. Хаботнякова [23], М. Ли́ла [13], а також й Л. І. Шевченко, Д. Ю. Сизонов [27] та інших). «Теоретичне осмислення зазначеного поняття свій початок бере ще від епохи античності, тоді як сам термін «образ» має походження від грецького слова «eidos» (ейдос), котрим в античній філософії позначали форму відображення й освоєння зовнішнього світу людиною» [4]. Сьогодні відповідно до Академічного тлумачного словника української мови поняття «образ» має кілька тлумачень:

- 1) «специфічна для літератури та мистецтва конкретно-чуттєва форма відображення дійсності;
- 2) зовнішній вигляд кого-, чого-небудь; вигляд кого-, чого-небудь, відтворений в свідомості, пам'яті чи створений уявою; подоба, копія кого-, чого-небудь;
- 3) те, що вимальовується, постає у чий-небудь уяві;
- 4) зображення якого-небудь явища через інше, яскравіше чи конкретніше за допомогою мовного звороту, переносного вживання слова й т. ін.; троп;

- 5) (філос.) відображення у свідомості явищ об'єктивної дійсності;
- б) зображення зовнішнього вигляду кого-, чого-небудь (про скульптуру, фотографію, портрет й т. ін.)» [17, с. 561].

Необхідно відзначити, що в лінгвістиці під образом, в першу чергу, мають на увазі поняття «художній образ», що визначається як «будь-яке явище, творчо відтворене у художньому творі» [19], «результат творчого освоєння митцем реальної дійсності» [2]. До того ж, слово «образ» у літературознавстві вживається ще й наступному значенні: «типове узагальнення людини певної епохи у творі» [3, с. 191].

Художній образ, на противагу філософському, на меті має не просто відображення явищ і предметів оточуючої дійсності, а узагальнення даної дійсності, складне відображення явищ і фактів у вигляді чуттєвих уявлень, які асоціативно є пов'язаними одне із одним, створених уявою митця чи реальних [19].

Літературознавцями до особливостей художнього образу відносяться наступні його характеристики: «предметно-чуттєвий характер, цілісність, творча типізація (підкреслення, гіперболізація життєвих явищ в художньому зображенні), індивідуалізованість (невичерпність), самодостатність, експресивність» [4].

Художній образ являє собою «будь-яке явище, яке творчо відтворене автором в художньому творі. Він представляє результат осмислення художником будь-якого процесу, явища» [11], відтак під художнім образом будемо розуміти візуальну репрезентацію, яка володіє самостійним життям та змістом й створюється автором завдяки творчому застосуванню багатства літературної мови [11].

Для науковців у площині лінгвістики і філології вагомою виступає мовна складова художнього образу, котра вивчається, в першу чергу, в літературознавстві і лінгвістиці. У ході дослідження структури художнього образу необхідно присвятити увагу його комунікативному аспекту, що виділяє художній образ із «образів нижчих рівнів».



Функціонування художнього образу, окрім автора твору, передбачає також й читача. Автор, створюючи твір, віддзеркалює об'єктивність, яка виступає спільною для себе та для читача (тобто, адресата твору). До того ж, у творі виражається індивідуальність автора, художника, його суб'єктивний світ, котрий врешті-решт сприймається читачем через призму власного індивідуального досвіду та особливостей [19].

Образ у вигляді об'єкту вивчення лінгвістики характеризується наступними основними ознаками: «зв'язаність із об'єктами дійсності; віднесеність до царини людської свідомості; образ є синтетичним, так як створюється комплексним сприйняттям дійсності, у котрому ключовими виступають зорові враження; образи можливо осмислити й інтерпретувати; в структурі образу потенційні сторони знака – означуване та означуване не сформовані; «природна» кореляція форми та субстанції замінена в образі «культурним» співвідношенням форми та змісту; в образі відмічене усвідомлення фундаментального факту відокремлюваності та відтворюваності форми» [20].

Таким чином, у літературознавстві поняття образу асоціюється із «віддзеркаленням оточуючої дійсності, котре зазнає змін у відповідності із суб'єктивним сприйняттям письменника й створюється завдяки творчій фантазії останнього». В межах лінгвістики образність тлумачиться із точки зору семантичної двоплановості, а носіями образних значень виступають, у першу чергу, тропи. Відповідно до визначення О. М. Мороховського, словесний образ являє собою «відрізок мовлення, що включає образну інформацію, значення котрої не виступає еквівалентним до значення окремо взятих елементів зазначеного відрізка» [15, с. 37].

«Як межі, так і структура образу можуть бути різноманітними: образ може бути переданий одним словом, реченням, словосполученням, понадфразовою єдністю, а може займати цілий розділ чи навіть охоплювати композицію цілого роману» [3]. Образ чи

система образів нерідко сприяє ліпшому сприйняттю реципієнтом отримуваної інформації, проте найбільш часто наочно-чуттєвий образ стає єдиним способом її передання, адекватним рівню ментального сприйняття реципієнта.

Теоретичний огляд сучасних досліджень із проблеми образності дозволив виділити наступні риси образу:

- виступає «відбитком» об'єктів навколишньої дійсності в свідомості людини;
- слугує ілюстрацією, що сприяє ліпшому сприйняттю отримуваної інформації;
- за власним змістом – стійкий, а за формою – відтворюваний;
- представляє уявний аналог предмета дійсності;
- має асоціативно-перцептивну основу;
- становить сигніфікат (іншими словами, узагальнено-образний понятійний зміст) мовного знака;
- у свідомості носіїв мови набуває символічного значення;
- суб'єктивність й аксіологічний характер процесу утворення образу;
- містить коннотативне забарвлення й емотивність [13].

В сучасній лінгвістичній парадигмі поняття «образ» виходить за рамки візуального або буквального значення та охоплює ширше, багатовимірне розуміння. Дослідники мови і комунікації відзначають, що «образ» охоплює ментальну репрезентацію, сприйняття й інтерпретацію, котру люди створюють на основі різних візуальних, мовних, контекстуальних і слухових стимулів. Такі ментальні репрезентації здійснюють істотний вплив на те, як ми розуміємо та взаємодіємо із навколишнім світом [23].

Фактично, лінгвістичне поняття «образ» втілює ментальні враження чи картини, котрі люди формують під впливом мовних сигналів, письмових: усних або навіть неявних. Вказані сигнали можуть

пробуджувати емоції, викликати спогади й формувати ставлення до людини, об'єкта, місця або ідеї. Конструювання образу не обмежується тільки описовими словами, на нього здійснює вплив весь комунікативний контекст, разом із жестами, тоном, мімікою, особистим досвідом і культурним фоном [11].

До того ж, у цифрову еру поняття «образ» розширилося із появою соцмереж, в яких юридичні і фізичні особи створюють власний цифровий образ чи персону та керують ними. Такий цифровий образ ретельно керується за допомогою зображень, відео, тексту й інших мультимедійних елементів, аби представити певний наратив чи враження широкій аудиторії. Лінгвістичний вибір, зроблений на даних цифрових платформах, грає провідну роль в створенні й формуванні даного віртуального образу [28].

В лінгвістичному аналізі дослідження образу передбачає вивчення того, як мова конструює та проектує ідеології, ідентичність, стереотипи, а також й культурні норми. Фрази, слова і дискурсивні патерни, які застосовуються у медіа, політиці, рекламі й повсякденному спілкуванні, сприяють створенню і зміцненню певних образів. До того ж, лінгвістами досліджується те, як мова може кидати виклик чи підірвати усталені образи, сприяючи різноманітності, інклюзивності і соціальним змінам.

Так, «образ» включає зовнішній образ/вигляд, тип/характер, створений автором, він може бути уявою щодо будь-кого чи втіленням ідей. Образ відноситься до сфери людської свідомості, має зв'язок із об'єктами дійсності, образ – синтетичний. Поняття «художній образ» виступає вужчим у порівнянні з поняттям «образ», має самостійний зміст, це творчо відтворене явище у художньому творі. Окрім відтворення фактів реальності, останній також й узагальнює цінності сторін життя автора, віддзеркалює світосприйняття та світовідчуття автора, те, як він сприймає навколишню дійсність, до того ж, й має

комунікативний аспект та передбачає загальну для автора й читача об'єктивність.

Таким чином, усвідомлення поняття «образ» в рамках сучасної лінгвістичної парадигми забезпечує цінну основу для розуміння складної взаємодії між пізнанням, мовою, індивідуальними перспективами й суспільством. Воно визнає потужну роль, котру відіграє мова у формуванні нашого сприйняття і взаємодії як у фізичній, так й у цифровій сферах, акцентуючи на вагомості критичного аналізу мовних репрезентацій для більш тонкого розуміння світу, у котрому ми проживаємо.

## **1.2. Медійний дискурс як осередок конструювання образів та специфічні лінгвістичні риси сучасних англомовних медіатекстів**

У сучасній лінгвістичній парадигмі під медіатекстом прийнято розуміти «конкретний результат медіавиробництва, медіапродукт – повідомлення, яке включає інформацію і є викладеним у будь-якому виді і жанрі медіа (фільм, газетна стаття, рекламне повідомлення, відеокліп, телепередача тощо), адресоване масовій аудиторії». З метою створення медіатекстів застосовується медіамова, під якою розуміється «комплекс прийомів та засобів виразності», що у суттєвій мірі окреслює характер медіакультури – «сукупність інтелектуальних й матеріальних цінностей в сфері медіа» [32, с. 688].

Культурологами, лінгвістами, соціологами, філософами об'єднуються наукові зусилля з метою надання пояснення законам функціонування медіатексту у різноманітних галузях спілкування. Дослідження медіатекстів формує підґрунтя задля формування уявлення щодо того, як реальність конструюється та репрезентується у ЗМІ. Медійний дискурс слугує життєво вагомим осередком для

конструювання, поширення й закріплення образів у суспільстві. Якраз за допомогою медіа наративів, репрезентацій та сприйняття ретельно розробляються, презентуються та нерідко посилюються, здійснюючи вплив на те, як окремі особи й спільноти сприймають різні події, предмети й навіть себе самих. В центрі зазначеного процесу знаходиться сила мови і тонке застосування останньої у медіа. Фрази, слова і риторичні прийоми підбираються ретельно, аби створити певний образ або картину. Підбір прислівників, прикметників й описової мови створює тон та конотацію, котрі можуть або піднести, або очорнити об'єкт. До того ж, обрамлення заголовків, підписів та ракурсів сюжетів здійснює значний вплив на проєктований образ. Медіа застосовують лінгвістичні стратегії, аби пробудити емоції, зміцнювати стереотипи, кидати виклик нормам чи підтверджувати переконання, й усе це чинить вплив на те, як аудиторія інтерпретує подану інформацію [20].

Окрім того, візуальні засоби у медіа грають не менш вагому роль в створенні образу. Графіка, відео і зображення, доповнюють лінгвістичні елементи, створюючи мультимедійний наратив. Зіставлення візуального ряду із певними лінгвістичними сигналами може підсилювати чи суперечити задуманому образу, забезпечуючи складне та багаторівневе розуміння для аудиторії [31].

Вплив медійного дискурсу на конструювання образу поширюється на зображення окремих суспільних проблем, людей, подій, націй і спільнот. До прикладу, зображення політичних лідерів може бути сформоване так, аби показувати силу, цілісність чи навіть суперечливість, таким чином здійснюючи вплив на громадське сприйняття і поведінку виборців. Так само, репрезентація певних демографічних груп в засобах масової інформації може як кидати виклик стереотипам, так й посилювати упереджені переконання, сприяючи формуванню ширших суспільних поглядів та поведінки [33].

В сучасну цифрову еру соціальні медіа-платформи дедалі більше посилюють вплив медіа-дискурсу на створення образу. Організації, громадські діячі і приватні особи мають змогу безпосередньо конструювати свій образ завдяки ретельно продуманим відео, твітам, постам, а також іншим формам цифрового контенту. Такі цифрові платформи уможливають створення образу особи або бренду, нерідко розмиваючи межі між приватним та публічним життям.

Відмінними властивостями сучасних медіатекстів виступають наступні: включеність в гіпертекстовий потік, корпоративний характер виробництва, розширювальне трактування одиниць вербального рівня, ідеологічний плюралізм, багатовимірність, динамічний характер, багатоплановість, специфіка засобів створення [20].

Головні дослідження вчених спрямовані на «виявлення закономірностей побудови медіатексту, співвідношення зовнішніх (тобто, комунікативних) чинників, які знаходяться в основі конструювання медіатексту із внутрішніми константами останнього». Науковці розглядають текст в системі комунікативної дії у вигляді «ланки культури», відзначають, що «мова засобів масової інформації, охоплюючи суттєву частину суспільства через його єдиний інформаційний простір, постає у вигляді національного потоку свідомості сучасної людини» [29].

«Особливості рекламних, аналітичних, новинних й інших медіатекстів розглядаються науковцями у відповідності до тематичних, когнітивних, текстологічних, соціокультурних сторін, а також в залежності від засобу поширення (тобто, інформаційного каналу). Медіатекст поєднує вербальний та медійний текст, в останньому об'єднуються особистісні мовні смаки і вподобання творця, складна природа мови (матеріалу творчості), інтереси та можливості радіостанції, телевізійного каналу, друкованого видання» [31].

Слідом за Н. Скибою, медіатекст тлумачиться у вигляді «аутентичного джерела актуальної інформації лінгвокраїнознавчого, соціокультурного, лінгвістичного характеру, завдяки котрому можна ознайомитись із сучасними тенденціями лексико-стилістичних змін в мові» [21].

Медіатексти об'єднують будь-яку медіа-продукцію ЗМІ – «друкований текст в пресі, повідомлення по радіо, аудіо-візуальні зображення на телебаченні, у кіно, чи їхні фрагменти, реклама, віртуальні фотоальбоми, етикетка на пляшці, блог, веб-сторінка, SMS-повідомлення тощо». Медіалінгвістика окреслює «медіа текст» у вигляді «поліфункціональної гетерогенної смислової системи, котра виступає продуктом вербалізації когнітивної діяльності індивіда та об'єктом її результатом цілеспрямованого конструювання смислів згідно до прагматичної орієнтації засобів масової інформації, складним комунікативним і соціально-мовленнєвим утворенням» [27, с. 101–102].

Медійний текст повідомляє стосовно найбільш вагомих подій нашого часу. Останній не лише відображає явища навколишньої дійсності, проте й інтерпретує останні у світлі певної прагматичної мети. Для актуальних публікацій здійснюється відбір таких повідомлень, котрі спроможні здійснити вплив на читача, скерувати громадську думку, створити суспільний резонанс та навіть змінити ціннісні орієнтири [24, с. 26–28].

В контексті сучасних лінгвістичних досліджень медіатекст інтерпретується у вигляді «сукупного продукту 3 глобальних підсистем масової комунікації – реклами, PR та журналістики». Він виступає «багаторівневим, інтегративним знаком, котрий у єдине комунікативне ціле поєднує різноманітні семіотичні коди (медійні, вербальні, невербальні) й ілюструє принципову відкритість тексту на знаковому, композиційно-структурному і змістовно-смислового рівнях» [25, с. 82]. Медіатекст вивчають у вигляді комплексу вербальної та невербальної

знакових систем, так як якраз вони формують головні підходи до створення універсального тексту в інтернеті, а також можуть поєднуватися між собою. Так, вербальна інформація у медіатексті може бути доповнена невербальним супроводом: графікою, звуковим супроводом, відеорядом [25, с. 82].

Медіатекст виступає вагомим складником масової комунікації. Тісний зв'язок із реальністю, орієнтація на широкий загал обумовлює лінгвальнопаралінгвальні особливості останнього. Так як журналістський текст виступає продуктом професійної мовленнєвої діяльності, то неодмінними його рисами логічно вважати і культуромовні комунікативні: багатство, змістовність, різноманітність, нормативність / правильність, ясність, точність, логічність тощо [21].

За умов великої конкуренції на сучасному медіаринку ЗМІ потрібно досліджувати потреби аудиторії, уподобання останньої і пропонувати оптимальні способи представлення й доставки медіаконтенту. Високі технології сучасної журналістики стали передумовою для вивчення тих якостей медіатекстів, котрі не сприймалися раніше як мовні. У тому числі, вказане знайшло власне відображення у процесі візуалізації, яким передбачається включення у журналістський матеріал різних кодів – вербальних та невербальних. Процес мультимедійності, який розвивається активно, спонукає лінгвістів використовувати не лише традиційні способи аналізу тексту, але і навчає останніх поєднувати вербальний матеріал із різноманітними видами інфографіки, ілюстрацій тощо. Така тенденція часто стає причиною, так званого, «розбалансування» інформаційного потоку, тобто коли зовнішній компонент, який конфліктує із друкованим словом, його замінює [33].

Завдяки інтернет-простору суттєво розширено можливості журналістського стилю як в змістовному, так й у стилістичному плані. Ним було створено нову віртуальну особистість, наділену високою



соціальною активністю, спроможну реагувати швидко на актуальні події, висловлюючи власну позицію. Інтернет-особистість очевидно є дискурсивною, так як може існувати тільки у стані діалогу із іншими учасниками віртуального спілкування. Спроба науково обґрунтувати процес конструювання соціальної реальності, де вагома роль відводиться медіатекстам, спричинила формування нового лінгвістичного явища – газетного медіатексту онлайн-формату, який утворений на базі сучасних технологій і традиційної друкованої преси. Мова медіатекстів відображає культуру суспільства і справляє на неї вплив. В медіатекстах знаходять відображення соціальні феномени суспільства і стереотипи, культурне і політичне життя сьогоденного суспільства. Вагомість дослідження медіатекстів обумовлена тим, що якраз через нього в масовій аудиторії формується реальна картина світу. Специфіка інформаційних Інтернет засобів масової інформації знаходить прояв у багаторівневості подання і доступності інформації, що приносить зміни і нові риси у їхні функції. З цього прослідковуються особливі медійні і лінгвістичні характеристики у сучасній пресі [27].

Кожен окремий новинний медіатекст, виступаючи частиною інформаційного масиву певного видання, представляє самостійний твір. Провідною особливістю новинних медіатекстів виступає високий ступінь клішованості. Новинні медіатопіки характеризуються особливими стійкими конструкціями, котрі застосовуються задля створення текстів певної тематики [20]. Якщо провести аналіз новинних англомовних текстів, які об'єднані певною темою, то можемо побачити, що засоби масової інформації відзначаються високим ступенем стандартизації. Згідно до подій, які мають місце у конкретний період часу, відмічається висока частотність застосування певних лексем. Інколи ми зіштовхуємося із лексичними одиницями, котрі окреслюють нові явища суспільної діяльності, що може спричинити некоректну інтерпретацію тексту. До ще однієї вагової особливості онлайн-версій

медіатекстів відноситься діалогічність. Діалогічний дискурс зазвичай має синкретичний характер й може містити прозу чи поетичний текст, посилання на музику, картинку. В той же час, у добу цифрових медіа активного розвитку дістав феномен рерайтингу – створення тексту на базі іншого джерела. Переписування породжує дискурс, так як один й той самий факт може бути інтерпретований по-різному як в змістовному, так й у стилістичному аспектах [32, с. 688].

В текстах засобів масової інформації прослідковується постійна взаємодія рухомих та стійких лексичних елементів. Автори новинних статей бажають створити враження нейтрального та об'єктивного відношення до висвітлюваних ними подій, які мають місце. Яскравість подачі матеріалу досягається застосуванням експресивної лексики разом із нейтральною, що у свою чергу дозволяє відтворити найбільш повну картину описуваних фактів та подій. Отже, формату друкованих онлайн засобів масової інформації властивими є особливі принципи передавання новинної інформації, наприклад: зовнішня та внутрішня організація медіатекстів, підпорядкована принципу зручності сприйняття читачем; тематичне наповнення за принципом соціальної значущості; невербальний складник новинних публікацій, що сприяє реалізації впливової функції засобів масової інформації; мовні характеристики, направлені на реалізацію стратегії об'єктивного інформування [33].

Відповідно до твердження К. М. Білик, вагому роль в створенні медіатекстів грають терміни специфічної тематики, назви країн, компаній або відомі імена людей, до того ж, ексклюзивний заголовок, котрий задає тему повідомлення і виконує атрактивну функцію стосовно заохочення читача до прочитання матеріалу, використовуючи газетні кліше, наявність цитувань, елементів розмовного стилю, евфемізмів, запозичених слів та жаргонізмів [1, с. 57]. Вивчаючи медіатексти, вчені зосередили увагу на різних лінгвістичних аспектах текстів новин. На

кшталт, Н. Космацькою досліджувались графічні, а також лексичні новоутвори сучасних французьких медіа на матеріали французьких онлайн-видань, до того ж й можливі шляхи відтворення останніх українською мовою [9]. О. Ковальова виділяє функції паратексту, а також засоби реалізації останніх у новинних медіатекстах. В її дослідженні матеріалом аналізу виступали новини онлайн-газети «Le Figaro», котрі поміщено у рубриці «Flash actu» [7]. Т. Головач виділяє наступні основні риси текстів газет рубрики «Features»: «застосування суспільнополітичної лексики, стислість викладу, вживання зрозумілих, простих слів, наявність мовних кліше, інформативне навантаження» [5]. Г. Цапро і О. Сіваєва створили і провели аналіз корпусів текстів, у складі котрих наявна лема PANDEMIC через застосування корпусного інструменту «Sketch Engine» [34].

К. М. Білик, здійснивши аналіз лінгвальних характеристик корпусу медіатекстів тематики «війна в Україні», відзначає їх основні лінгвальні характеристики, а саме: переважання емоційно-забарвленої лексики, суттєвий відсоток використання лем із категорій «застосування абрєвіатури», «наявність антропонімів», «застосування числівників», «застосування топонімів», «використання лексичних сполучень», «використання хрононімів» [1].

У заголовках медіатекстів закордонних періодичних видань (зокрема, таких як *The Daily Mirror*, *The Washington Post*, *The Daily Telegraph*, *The New York Times*, *The Wall Street Journal* тощо), відповідно до твердження О. Черверікової [25, с. 82], часто превалює новинний тип, а в друкованих випусках більш часто застосовується аналітичний різновид, побудований згідно принципу превалювання експресії над когнітивною інформацією, що передбачає вираження суб'єктивного ставлення до факту або події, до того ж, подачу інформації із елементами оцінки, прогнозу, аналізу. Відповідну відмінність можливо пояснити тим, що друковані засоби масової інформації спираються на

публіцистичний підстиль, котрий розвивається у напрямку есеїстичної й аналітичної журналістики, а ті ж самі он-лайн версії одним із основних завдань вбачають неперервний рух матеріалів на сайті, відтак, сьогодні вони мають дуже великий вплив на інформаційний підстиль мас-медіа. Таким чином, в інформаційних он-лайн текстах на постійній основі з'являються лексичні новотвори, семантичні неологізми, оновлені у власні значеннях архаїзми, перифрази, евфемізми, крилаті вислови й запозичення із інших мов [25, с. 82].

Т. М. Головач, ґрунтуючись на дослідженнях сучасних англомовних медіатекстів, притримується думки, що до мовних процесів сучасної медійної комунікації і тенденцій плану вираження медіатекстів відносяться: застосування професійної лексики та термінів; креолізація; порушення словотвірних, граматичних та стилістичних норм в медіатекстах певних жанрів; процеси неологізації; вкраплення зниженої лексики; вживання сленгу і жаргонізмів; застосування експресивно-оцінних засобів й оцінно-емоційної лексики, синтактико-риторичних прийомів. «Застосування й функціонування екзотичної лексики в медійних текстах пов'язують із дією інтра- й екстралінгвальних чинників, а також особливостями комунікативної специфіки жанрового аспекту останніх» [5, с. 61-62]. До важливої особливості англомовних медіатекстів відноситься відносно фіксований порядок слів. Заголовки із фразеологізмами в англомовних мас-медійних текстах не тільки стимулюють адресата на прочитання матеріалу, але і впливають на емоційну сферу читача. В англомовних текстах автор за допомогою функції фразеологізмів у заголовках, реалізує позитивні чи негативні емоції. Отже, при всій строгості і прозорості екстралінгвістичної і лінгвістичної структури новинного медіатексту й бажання до нейтральної подачі інформації, новинний текст в себе включає численні можливості для маніпулятивного впливу на читача, «підштовхування» останнього до певної інтерпретації повідомлення й до поступового

формування певної ідеології. Засобом окресленого впливу на читача виступають, в першу чергу, «структурні відхилення від класичної композиції тексту новин, а точніше структурні трансформації чи введення факультативних компонентів у структуру новинного тексту» [20].

Грунтуючись на здійсненому аналізі сучасних наукових робіт закордонних авторів узагальнимо основні мовні особливості, які характеризують сучасні англomовні медіатексти: 1) глобалізація і різноманітні мовні впливи; 2) фрази-кліки і заголовки; 3) інклюзивність і соціально-політична чутливість; 4) голос і тон; 5) інтерактивність і гіперпосилання; 6) візуальна мова та мультимодальність; 7) алгоритмічна персоналізація; 8) ясність та стислість.

Стислість виступає ключовим фактором в сфері сучасних медіа. Журналістські норми, які розвиваються паралельно з цифровими медіа, як-от Twitter й додатки для новин, акцентують на лаконічності, аби привернути увагу за умов інформаційного перенасичення [31]. Точна й чітка мова забезпечує швидке розуміння, що є вагомим в глобально пов'язаному, швидкоплинному світі. У сучасних медіа заголовки створені таким чином, аби привертати увагу і заманювати. В онлайн-журналістиці різко збільшилось застосування фраз-приманок, які покликані пробудити цікавість та спонукати до кліків [29]. Такі фрази нерідко застосовують сенсаційність, створюючи лінгвістичну проблему балансу між інформацією і залученням. Включення емодзі, зображень, інфографіки та відео стало невіддільною частиною медіа-текстів, що посилює залучення аудиторії [20]. Відповідним мультимодальним підходом вимагається синергія візуальних образів та слів, трансформуючи традиційні лінгвістичні норми і спонукаючи до більш інтегрованої форми комунікації. Гіперпосилання у статтях уможливають нелінійний досвід читання, даючи читачам можливість без перешкод заглиблюватися в контент, який є пов'язаним [33].

Вказаний взаємозв'язок змінює процес читання, здійснюючи вплив на спосіб доступу до інформації і засвоєння останньої. Тон сучасних медіа варіюється в залежності від цільової аудиторії і платформи. Соціальні медіа нерідко застосовують розмовний, неформальний тон для спілкування із читачами [29]. Такий зсув у сторону більш доступної мови віддзеркалює еволюцію відносин між медіа і аудиторією. Впродовж останніх років прослідковується підвищена обізнаність щодо соціально-політичних проблем, що спонукає медіа до більш чутливої й інклюзивної мови [32]. Прагнучи до інклюзивності, медіа дедалі більш часто застосовують гендерно нейтральну мову й уникають увічнення стереотипів.

Цифрові платформи адаптують контент завдяки алгоритмам, які здійснюють вплив на мову, котра подається кожному користувачеві [33]. Такі алгоритми аналізують поведінку користувачів, аби оптимізувати мову, посилюючи персоналізований медіа-досвід. Глобальне охоплення сучасних медіа спричинило різноманітні мовні впливи, створюючи суміш мовних виразів та стилів [31]. Міжнародна аудиторія і міжкультурна комунікація вимагають чутливості й адаптивності до мовних варіацій.

Таким чином, медіатекст являє собою багаторівневий, інтегративний знак, який об'єднує різноманітні семіотичні коди (медійні, вербальні, невербальні) у єдине комунікативне ціле й показує принципову відкритість тексту на знаковому, композиційно-структурному і змістовно-смісловому рівнях. Усвідомлення медіадискурсу як центру конструювання іміджу виступає вагомим для критичної медіаграмотності. Воно спонукає людей аналізувати і ставити під сумнів представлені наративи, розпізнавати упередження й шукати більш тонке розуміння предмета, щодо якого йдеться. Усвідомлення сили мови і візуальних засобів у формуванні образів дозволяє більш поінформовано й розбірливо взаємодіяти із медіа, що, врешті-решт,

сприяє формуванню більш поінформованого й обізнаного суспільства. Ключовими ознаками медіатекстів можливо вважати медійність (утілення тексту з допомогою тих або інших медіазасобів, детермінація останнього форматними і технічними можливостями каналу), масовість (як у сфері створення, так й у сфері споживання медіапродуктів), інтегративність, чи полікодовість, тексту (об'єднання у єдине комунікативне ціле різних семіотичних кодів), відкритість тексту. Виокремлення зазначених мовних особливостей виступає вагомим як для лінгвістів, медіапрофесіоналів, так й для аудиторії.

## РОЗДІЛ 2

# ОБРАЗ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Образ України у контексті російсько-української війни виступає складним та багатогранним, сформованим різними наративами, перспективами і геополітичною динамікою, відтак вагомим є його дослідження в різних контекстах.

### 2.1. Лінгвістичні засоби створення образу України в контексті російсько-української війни

Образ України в сучасному англomовному медіа-дискурсі, насамперед у контексті російсько-української війни, створюється під впливом багатьох факторів, котрі здійснюють вплив на суспільне сприйняття і розуміння конфлікту, який досі продовжується. Такі фактори включають політичні, історичні, ідеологічні, культурні й економічні міркування. Вагомим виступає відзначити, що висвітлення подій в засобах масової інформації може істотно різнитися в залежності від засобів масової інформації, його аудиторії, а також й від редакційної позиції.

У процесі проведення аналізу англomовних текстів засобів масової інформації до прикладу, як Українська правда, *The Washington Post*, *BBC*, *Reuters*, *The Times*, *CNN*, *The New York Times* і *The Guardian*, можливо визначити і охарактеризувати такі лінгвістичні засоби створення образу України у контексті російсько-української війни.

Для статей в засобах масової інформації характерним виступає використання фразеологізмів задля більш точної передачі думки та відношення автора:



*Ukrainian President Volodymyr Zelensky has spoken of the military's efforts to take the battle to Russian forces and says the occupiers «can do only two things: run away or surrender» (CNN, September 1, 2022) [40]. – Президент України Володимир Зеленський розповів про намагання військових взяти бій з російськими військами і каже, що окупанти «можуть зробити лише дві речі: втекти або здатися» (переклад наш – Д.П.).*

*Zelensky promised that «Throughout the temporarily occupied territory of Ukraine, from Crimea to the Kharkiv region, the Russian army does not have and will not have a single safe base, a single quiet place (CNN, August 31, 2022) [40]. – Зеленський пообіцяв, що «на всій тимчасово окупованій території України, від Криму до Харківської області, у російській армії немає і не буде жодної безпечної бази, жодного тихого місця (переклад наш – Д.П.).*

З метою створення образу України журналістами широко використовуються власні назви та поняття зі світу політики:

*Russian forces retreated from Lyman, a strategic city in Donetsk for its operations in the east, the Russian defense ministry said Saturday, just a day after Moscow's annexation of four regions – including Donetsk – that's been declared illegal by the West (CNN, October 2, 2022) [40]. – Російські війська відступили з Лимана, стратегічного міста Донецька для своїх операцій на сході, повідомило російське міністерство оборони в суботу, лише через день після анексії Москвою чотирьох регіонів, включаючи Донецьк, яку Захід оголосив незаконною (переклад наш – Д.П.).*

*Zaporizhzhia plant director detained: The director general of Ukraine's Zaporizhzhia nuclear power plant has been detained by a Russian patrol, the president of state nuclear company Energoatom, Petro Kotin, said in a statement on Saturday. Director General Ihor Murashov was in his vehicle on his way from the plant when he was “stopped, he was taken out of the car, and with his eyes blindfolded he was driven in an unknown direction.*

*Kotin and Ukraine's Ministry of Foreign Affairs called on Russia to release him (BBC, October 1, 2022) [39]. – Затримали директора Запорізької АЕС: гендиректора Запорізької АЕС затримав російський патруль, повідомив у суботу президент ДП «Енергоатом» Петро Котін. Гендиректор Ігор Мурашов їхав у своєму автомобілі з заводу, коли його «зупинили, вивели з машини і з зав'язаними очима повезли в невідомому напрямку. Котін і МЗС України закликали Росію звільнити його (переклад наш – Д.П.).*

В представлених прикладах можемо побачити використання емоційно забарвлених прикметників, прислівників задля більш яскравого сприйняття читачами, щоб максимально підсилити вплив викладеного тексту у ході ознайомлення із матеріалами:

*«But we also know that Russia is engaged in horrific, horrific brutalization of Ukraine, and so the threats that they make, we take very seriously, «he continued» (The Guardian, September 30, 2022) [46]. – «Але ми також знаємо, що Росія бере участь у жахливій, жахливій жорстокості України, і тому погрози, які вони роблять, ми сприймаємо дуже серйозно», – продовжив він (переклад наш – Д.П.).*

*Russian forces had captured Lyman from Ukraine in May and had been using it as a hub for its operations in the north of the Donetsk region. Its recapture by Ukrainian troops is Russia's largest battlefield loss since Ukraine's lightning counteroffensive in the northeastern Kharkiv region in September (Reuters, October 2, 2022) [44]. – Російські війська захопили український Лиман у травні та використовували його як центр для своїх операцій на півночі Донецької області. Його повернення українськими військами є найбільшою втратою Росії на полі бою з моменту блискавичного контрнаступу України на північному сході Харківської області у вересні (переклад наш – Д.П.).*

Поширеним в засобах масової інформації виступає застосування метонімії:

*Russia and Ukraine have accused each other of acts of nuclear terrorism (Українська правда, April 22, 2022) [38]. – Росія та Україна звинуватили одна одну в актах ядерного тероризму (переклад наш – Д.П.).*

*The phone call came a couple of days after the US House of Representatives voted to provide around \$12 billion for Ukraine. The House also requires the Pentagon to report on how US dollars have been spent there (Reuters, September 27, 2022) [44]. – Телефонний дзвінок відбувся через кілька днів після того, як Палата представників США проголосувала за надання Україні близько 12 мільярдів доларів. Палата також вимагає від Пентагону звітувати про те, як там були витрачені долари США (переклад наш – Д.П.).*

Для статей щодо України характерним виступає часте використання назв політичних партій та політичних об'єднань: *center-left and center-right parties; Communist Party, Social Democrats, Conservative People's Party, Northern League, Party of Freedom and Direct Popularity, Socialists, Neo-Nazis* [47; 51].

Журналістські матеріали присвячені висвітленню образу України сповнені термінологією відповідної тематики:

*Ukraine is ready to facilitate the rotation of experts from the UN nuclear watchdog agency, at the Zaporizhzhia nuclear power plant, Foreign Minister Dmytro Kuleba said Sunday (The Times, October 2, 2022) [48]. – Україна готова сприяти ротации експертів ядерної агенції ООН на Запорізькій атомній електростанції, заявив міністр закордонних справ Дмитро Кулеба в неділю (наукова термінологія) (переклад наш – Д.П.).*

*Pope Francis said the war in Ukraine has turned into a devastating, dangerous and concerning conflict – a humanity «wound that keeps on bleeding» and risks expanding (CNN, October 3, 2022) [40]. – Папа Римський Франциск сказав, що війна в Україні перетворилася на руйнівний, небезпечний і тривожний конфлікт — «рана людства, яка*

продовжує кровоточити» і ризикує розширитися (медична термінологія) (переклад наш – Д.П.).

*But Ukrainian progress on the battlefield has led to concern about a potential escalation in the war, including the potential use of nuclear weapons (The Times, October 3, 2022) [48]. – Але прогрес України на полі бою викликав занепокоєння щодо потенційної ескалації війни, включно з можливим використанням ядерної зброї (військова термінологія) (переклад наш – Д.П.).*

Посилання на історичні події можемо прослідкувати в таких прикладах:

*Presidents of 9 NATO countries support Ukraine's membership: The presidents of the Czech Republic, Estonia, Latvia, Lithuania, North Macedonia, Montenegro, Poland, Slovakia and Romania expressed their firm support for «the decision of the 2008 Bucharest NATO Summit regarding the future membership of Ukraine in the Alliance.» The statement said; “We reiterate our support for the sovereignty and territorial integrity of Ukraine. We do not recognize and will never recognize Russian attempts to annex any Ukrainian territory.” (CNN, October 4, 2022) [40] – Президенти 9 країн НАТО підтримують членство України: Президенти Чехії, Естонії, Латвії, Литви, Північної Македонії, Чорногорії, Польщі, Словаччини та Румунії висловили тверду підтримку «рішенню Бухарестського саміту НАТО 2008 року щодо майбутнього членства України в Альянсі». У заяві сказано; «Ми знову заявляємо про нашу підтримку суверенітету та територіальної цілісності України. Ми не підтримаємо і ніколи не визнаємо спроб Росії анексувати будь-яку українську територію» (переклад наш – Д.П.).*

До притаманної риси створення образу нашої країни відноситься активне застосування суспільно-політичної лексики, зокрема такої як: *ideology* – ідеологія; *coalition* – коаліція; *to vote* – голосувати;

*technocratic (approach) – технократичний (підхід); to thwart – протидіяти.*

Застосування перифрази продемонструємо такими прикладами:

*Zaporizhzhia, the largest nuclear complex of its kind in Europe, was seized by Russian forces at the start of the war. The plant and the area around it, including the nearby city of Enerhodar, have endured persistent shelling that has raised fears of a nuclear accident through the interruption of the power supply to the plant (CNN, September 6, 2022) [40].* – *Запоріжжя, найбільший атомний комплекс такого типу в Європі, було захоплено російськими військами на початку війни. Станція та територія навколо неї, включно з сусіднім містом Енергодар, зазнавали постійних обстрілів, що викликало побоювання ядерної аварії через припинення електропостачання на станції (переклад наш – Д.П.).*

*The US and its NATO allies would destroy Russian forces and sink the Black Sea fleet if Vladimir Putin decides to use nuclear weapons in Ukraine, former CIA Director David Petraeus has predicted. The retired four-star general spelled out in an interview on ABC's "This Week" on Sunday what he believed would happen if the Kremlin warmonger used nuclear weapons (The Guardian, October 2, 2022) [46].* – *США та їхні союзники по НАТО знищать російські сили та потоплять Чорноморський флот, якщо Володимир Путін вирішить застосувати ядерну зброю в Україні, передбачив колишній директор ЦРУ Девід Петреус. Чотиризірковий генерал у відставці розповів в інтерв'ю телеканалу ABC "This Week" у неділю, що, на його думку, станеться, якщо кремлівський розпалювач війни використає ядерну зброю (переклад наш – Д.П.).*

Задля створення образу України журналістами застосовуються неологізми:

*Austin attributed the change to the skill of Ukrainian soldiers and their strategic use of weapons supplied by US and NATO allies, specifically their use of the high mobility air rocket systems, or HIMARS. He made the*

*comments in an exclusive interview with CNN's Fareed Zakaria that aired Sunday on «Fareed Zakaria GPS.» (CNN, October 2, 2022) [40]. – Освітін пояснив цю зміну навиками українських солдатів та їх стратегічним використанням зброї, наданої союзниками США та НАТО, зокрема використанням високомобільних повітряних ракетних систем HIMARS. Він зробив це в ексклюзивному інтерв'ю Фаріду Закарії з CNN, яке вийшло в ефір у неділю на «Fareed Zakaria GPS» (переклад наш – Д.П.).*

*The Russian Defense Ministry reported, according to Russian state news agency TASS, that the autumn conscription had nothing to do with what Russia calls its «special military operation» in Ukraine (BBC, May 29, 2022) [39]. – За даними російського державного інформаційного агентства ТАСС, Міністерства Оборони Росії повідомило, що осінній призов не має нічого спільного з тим, що Росія називає своєю «спеціальною військовою операцією» в Україні (переклад наш – Д.П.).*

В представлених прикладах можемо побачити застосування метафори:

*«The liberation of the city of Lyman in eastern Ukraine shows “Ukrainians are making progress, «– NATO Secretary General Jens Stoltenberg said Sunday. This gain by Ukraine “demonstrates that the Ukrainians are making progress, are able to push back the Russian forces,” Stoltenberg told NBC’s «Meet the Press» in an interview (The Times, October 3, 2022) [48]. – «Звільнення міста Лиман на сході України свідчить про те, що українці прогресують», – заявив у неділю генеральний секретар НАТО Єнс Столтенберг. Ця перемога України «демонструє, що українці досягають прогресу, здатні відкинути російські війська», – сказав Столтенберг в інтерв'ю NBC «Meet the Press» (переклад наш – Д.П.).*

*This pot of money allows the US to procure and purchase weapons from industry and send them to the country, instead of drawing directly from US stockpiles of weapons (CNN, September 30, 2022) [40]. – Ці гроші*

дозволяють США закуповувати та купувати зброю у промисловості та надсилати її в країну, замість того, щоб черпати зброю безпосередньо із запасів зброї в США (переклад наш – Д.П.).

*The ghostly emptiness of the streets of Lyman in eastern Ukraine belies this city's strategic significance* (BBC, October 2, 2022) [39]. – Примарна порожнеча вулиць Лимана на сході України заперечує стратегічне значення цього міста (переклад наш – Д.П.).

Для статей стосовно України характерним є використання цитат для достовірності поданої інформації та з метою впевненості читача у правдивості представленої інформації:

*«The situation remains grave,» Denis Pushilin said, quoted by the DPR's official Telegram channel. «Our forces are withstanding the onslaught, reinforcements are being brought up»* (CNN, September 30, 2022) [40]. – «Ситуація залишається важкою, - заявив Денис Пушилін, якого цитує офіційний Telegram-канал «ДНР». – Наші сили витримують натиск, підтягується підкріплення» (переклад наш – Д.П.).

В представлених прикладах можемо побачити застосування найменування документу, статистичних даних, дати, конкретних імен з метою документалізму подання матеріалів, що представляються:

*Ukrainian officials said more than 20 civilians – including 10 children – were killed in Russian shelling on a convoy of cars near the town of Kupiansk in eastern Ukraine* (CNN, October 1, 2022) [40]. – Українські офіційні особи заявили, що понад 20 мирних жителів, у тому числі 10 дітей, загинули під час російського обстрілу колони автомобілів поблизу міста Куп'янськ на сході України (переклад наш – Д.П.).

*It comes a day after Russian President Vladimir Putin announced the annexation of four areas of occupied Ukraine – including the Donetsk region – in the largest forcible annexation of land in Europe since 1945* (The Washington Post, September 30, 2022) [51]. – Це сталося через день після того, як президент Росії Володимир Путін оголосив про анексію

чотирьох територій окупованої України – включно з Донецькою областю – у найбільшій насильницькій анексії землі в Європі з 1945 року (переклад наш – Д.П.).

Таким чином, провідними тенденціями використання лексики в новинних текстах що стосуються України є наступні:

- 1) превалювання загальноживаної лексики;
- 2) багато топонімічної лексики та числівників є притаманним для повідомлень, які мають відношення до погоди і спорту;
- 3) присутність в популярних повідомленнях спеціальної лексики, а також в спеціалізованих рубриках – експресивно-забарвленої, метафоричної лексики (зокрема, наука, технології, медицина);
- 4) для текстів стосовно військових дій притаманним виступає більш активне застосування емотивної лексики чи спресивної лексики, порівняно з іншими повідомленнями.

Як особливості граматичних засобів досліджених новинних текстів, що стосуються України можливо вказати такі:

- 1) у застосуванні займенників переважає третя особа;
- 2) кількісне превалювання дієслів й іменників (репрезентується прикметниками, прислівниками);
- 3) у сфері дієслівних категорій переважаючим є дійсний стан;
- 4) збільшення числа прислівників й прикметників притаманно для текстів із більш високим емотивно-експресивним настроєм.

До вагомої ознаки новинних текстів відноситься присутність в останніх доволі значної кількості лексичних сполучень чи складних слів нестійкого типу. Під лексичними сполученнями розуміються сполучення двох чи більше номінативних основ, кореневих морфем, що поєднуються загальним ритміко-інтонаційним контуром, по типу: *suicide bombings, government structure, coalition casualties, opposition activists, defense team, team members, security risk, quality sample, retribution attacks, bridge surge, maintenance trip, assassination attempt, navigation*



*equipment* [40; 48]. Зазвичай більшість з лексичних сполучень, що використовуються у текстах новин, складаються із 2 елементів, однак прослідковується і використання 3, 4 компонентних лексичних сполучень: *human rights lawyer, town hall-style forum, energy supply problem, routine face reconstruction, government income strategy, shadow home secretary, top level meeting, home affairs committee chairman* [47].

Досить інтенсивне використання лексичних сполучень у текстах новин можна пояснити економічністю останніх в плані вживання мовних засобів, так як основи об'єднуються між собою без будь-яких сполучних елементів. Вказане дозволяє досягнути основну мету новин, яка полягає у тому, аби чітко, ефективно, ясно і стисло доносити інформацію.

Отже, узагальнимо, що англomовні тексти, що стосуються України мають певні лексико-стилістичні особливості, зокрема активне вживання емоційно забарвленої лексики та великої кількості стилістичних засобів (метафори, метонімії, перифразу тощо).

## **2.2. Вплив фейків на образ України в сучасних англomовних медіатекстах**

Аналіз впливу фейків на образ України у сучасних англomовних медіатекстах здійснимо за декількома класифікаціями.

За формою поширення виявлені фейки класифікуємо на відеофейки, фотофейки, фейкові повідомлення в соціальних мережах, фейкові свідчення очевидців, фейкові журналістські матеріали, чутки тощо [16, с. 185].

За типами, на основі матеріалів дослідження агенції соціальних проєктів та медіапо «PLATFOR.MA», поділяємо фейки на:

- фейк-клікбейт;

- фейк-конспірологія;
- фейк-псевдоексперт;
- фейк-інфлюенсерський;
- фейк-жарт;
- фейк-картинка;
- фейк-реклама [18].

Фейк-клікбейт чи «сенсація», «скандал», «шок». Спричиняє гостре обурення чи здивування. Заголовок не є відповідним до тексту повідомлення. Підіймає відвідуваність сайту. Насамперед небезпечний тим, що першоджерело втрачається, а новина чи її частини продовжують блукати мережею [18]. Прикладом фейку-клікбейту може служити таке повідомлення:

*In the winter of 2023, Germany donated 200 mobile crematoria to Ukraine (BBC, September 14, 2023) [39]. – Взимку 2023 року Німеччина передала Україні 200 мобільних крематоріїв (переклад наш – Д.П.).*

У відповідності до форми поширення наведене представляє фейковий журналістський матеріал. Прокремлівські засоби масової інформації поширюють інформацію щодо того, що у січні і лютому 2023 року Німеччина начебто передала нашій країні 200 мобільних крематоріїв внаслідок великих втрат на фронті. Такий фейк дослідили фактчекери проєкту VoxCheck. На сайті Федерального уряду ФРН відмічають всю допомогу, яка була надана, однак там відсутня інформація щодо передачі нашій країні мобільних крематоріїв. До того ж, на сайті «Огук», який збирає дані на основі відкритих джерел, теж відсутня інформація стосовно даної поставки. В такий спосіб агітпроп робить спроби посіяти зневіру і паніку з-поміж українців, наче в українській армії є дуже великі втрати [10].

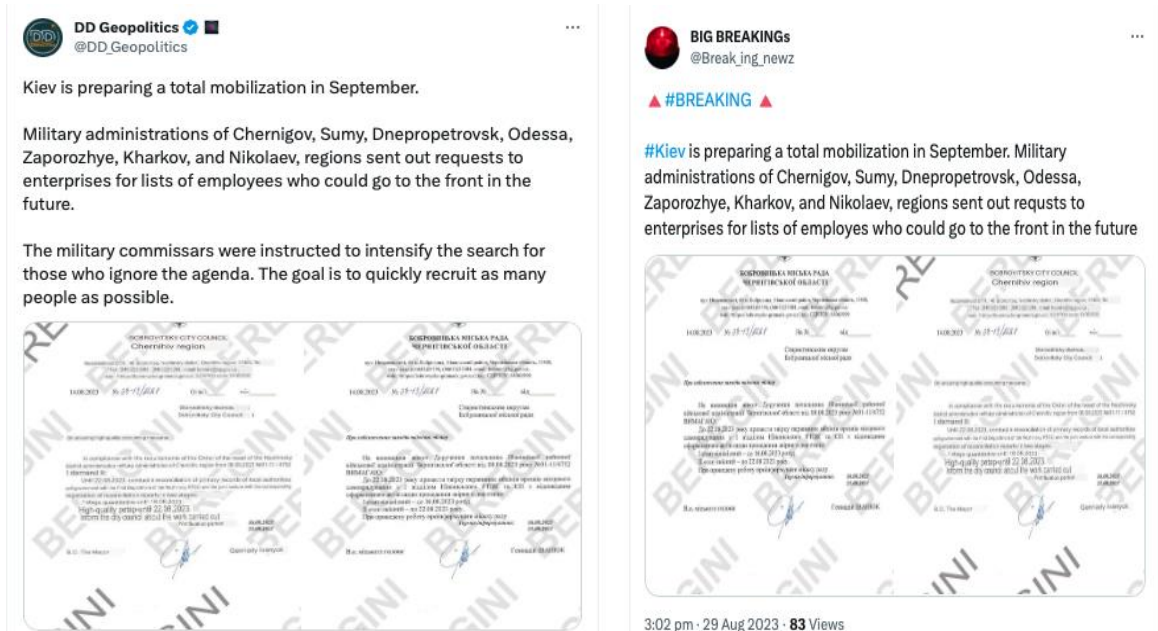
До головної ознаки фейків-псевдоекспертів відноситься посилання на «дослідників», «експертів» і «британських вчених» без зазначення імен й організацій та посилань на офіційні ресурси організацій. «Більш

прогресивна форма особи, ім'я, посада і роботи котрих не гугляться взагалі» [18]. Фейк-псевдоексперт можемо продемонструвати на такому прикладі. Датський дослідник Ян Оберг в західному інформаційному просторі просуває проросійські наративи щодо того, що ніби-то Північноатлантичний альянс воює проти Російської Федерації на території України. У відповідності до форми поширення окреслене – фейкова експертна думка. Численну кількість інтерв'ю Я. Оберга зарубіжним засобам масової інформації, підхоплює російська пропаганда. Псевдоексперт у власних заявах не підтримав рішення Фінляндії і Швеції щодо вступу до НАТО. Він вважає, що зазначений крок незалежних держав – тільки чергова так звана провокація президента Російської Федерації. Проте, спеціалісти впевнені, що вільні країни можуть самостійно вибирати власний шлях. При цьому, Я. Оберг зазначає, що саме «Північноатлантичний альянс розпочав війну в Україні», а санкції західних країн проти країни-агресора Російської Федерації «необдумані і будуть мати саморуйнівні наслідки», так як «Росія більше не захоче співпрацювати». В Центрі протидії дезінформації відзначили, що Оберг є частим гостем російських пропагандистських ток-шоу, котрий роками популяризує ворожі з-настрої на іноземну аудиторію [6].

Фейк-інфлюенсерський видає думки за факти, пропонує шкідливі чи попросту неперевірені поради. В соціальних мережах активізувались спільноти, якими поширюється проросійська маніпуляційна риторика. За формою поширення – фейкові свідчення очевидців, чутки. До прикладу, у фейсбуці у березні 2023 року було створено такі групи як «Говорить військовий», «Військовий говорить», «Автомеханік говорить» й «Військовий правдиво». Адміністратори перелічених сторінок активно застосовують інфоприводи, здійснюючи спотворення посилання авторів першоджерел, що публікують на сторінках. З цією метою останні додають емоційні відеокоментарі чи заголовки. До того

ж, на таких сторінках розповсюджують публікації інших відомих фейкоробів [18].

В англomовному сегменті Twitter поширюються ідентичні пости й повідомлення, ніби-то в нашій країні готується тотальна мобілізація (мал. 2.1).



Малюнок 2.1 – Приклад інфлюенсерського фейку

Пост проілюстрований фото листа в. о. голови Бобровицької громади для старост із проханням здійснити звірку первинних обліків (іншими словами списків працівників) із Ніжинським ТЦК і СП (інакше кажучи військоматом). Отже, автори посту підводять читача до думки, що в нашій країні на рівні громад відбувається підготовка до складання списків для тотальної мобілізації. З метою суттєвішого переконання англomовного читача прикріплюється копія такого ж тільки англійською мовою. Проте відомим фактом є той, що в нашій країні не існує документообігу на англійській мові. Паралельно із цим, у справжньому (тобто, не перекладеному) листі мова йде щодо звичайної щорічної процедури уточнення списків військовозобов'язаних. Наведене представляє звичайну роботу місцевих адміністрацій і органів місцевого самоврядування по перевірці документів, котрі проводяться на

господарюючих суб'єктах всіх форм власності згідно до діючого законодавства – діє ще із 1993 року [18].

Фейк-картинка представляє з себе, як правило, відредаговані зображення. Найбільш поширений вид її в той же час найлегший для спростування. В російських засобах масової інформації і соціальній мережі «Вконтакте», телеграм-каналах продовжується пропагандистська кампанія, що стосується передачі танків Leopard 2 для нашої країни. У відповідності до форми поширення – це є фотофейком. На цей раз росіянами було розповсюджено фото, що начебто знято на вході в Берлінській зоопарк. При цьому, на задньому плані можливо помітити звернення до відвідувачів від керівництва Берлінського зоопарку. В останньому керівники Берлінського зоопарку начебто звернулися до гостей, висловивши прохання не годувати леопардів пустими словами Володимира Зеленського, оскільки останніх може знудити. Картинка є фейковою, що доведено спростуванням керівної ланки зоопарку [18].

Фейк-реклама зазвичай просуває якийсь продукт. Приміром, «десять з дев'яти стоматологів рекомендують», «Мінздорів'я радить» та інші рекламні слогани, які не мають нічого спільного з правдою [18]. Фейк-рекламу можливо також побачити на платформі YouTube, де розповсюджується фейкова реклама стосовно суттєвих втрат захисників України. У відповідності до форми поширення – відеофейк. В ролик мова йде щодо того, що втрати з-поміж українських військових начебто досягли позначки 350 тисяч людей. Більше того, у відео додали маніпулятивну думку російської пропаганди щодо того, що фондом United24 ці втрати було оприлюднено ненароком [18]. Центр протидії дезінформації спростовує вказане повідомлення.

До того ж, за доцільне вважаємо виявлені фейки і медіаместифікації класифікувати за змістом інформації:

- 1) фейки, що базуються на основі правди – вони володіють деякими акцентами і змінами певних деталей з метою надання

необхідної інтерпретації [12]. Прикладом такого фейку може виступати повідомлення, яке транслюється російськими засобами масової інформації:

*Ukrainian refugees cause an infectious disease outbreak in Rzeszow, Poland* (Reuters, August 29, 2023) [44] – *Українські біженці викликали у польському Жешуві спалах інфекційної хвороби* (переклад наш – Д.П.).

У відповідності до форми поширення – фейковий журналістський матеріал. В російських ЗМІ розповсюджують дані, що спалах легіонельозу у м. Жешув начебто має зв'язок із біженцями з України, котрі живуть в центрі допомоги в цьому польському місті. На зазначений фейк звернули увагу спеціалісти проєкту StopFake, котрі встановили, що наведена заява є безпідставною, так як досі невідомо, що саме стало джерелом інфекції. Всесвітня організація охорони здоров'я заявляє, що випадків прямої передачі інфекції від людини до людини станом на сьогоднішній день виявлено не було. Агентство внутрішньої безпеки Польщі проводить перевірку, чи даний спалах міг бути диверсією. У м. Жешув від середини серпня 2023 року, який знаходиться за 100 км від кордону із нашою країною, було виявлено спалах легіонельозу, в результаті котрого померло вісім осіб, а також було інфіковано більше ста. Збудник останнього вражає легеневі тканини й спричиняє розвиток складної форми пневмонії. Продукуючи і розповсюджуючи фейки, пропагандисти прагнуть здійснити дискредитацію біженців з України, ніби тільки вони виступають причиною проблем в європейських державах [8].

2) фейки на основі напівправди – у них має місце об'єднання вигаданої інформації та правди [12]:

До прикладу такого фейку можливо віднести повідомлення типу:

*Financial support for Ukraine and refugees causes a «dramatic deterioration» in the living standards of Western societies* (BBC, September 8, 2022) [39] – *Фінансова підтримка України та біженців спричиняє*

«драматичне погіршення» рівня життя західних суспільств (переклад наш – Д.П.).

У відповідності до форми поширення – фейковий журналістський матеріал. Західні країни насправді тратять кошти на підтримку економіки й біженців з України. У відповідності до виміру України – такі кошти дійсно є чималими. Ворожа пропаганда зазначає щодо того, що зазначені обсяги підтримки спричиняють страждання та погіршення рівня життя в суспільствах європейських країн й за допомогою мережі агентів впливу роблять спроби погіршити сприйняття образу України, зниження підтримки держави зарубіжними партнерами. Так, в інтернеті з'являються новини із заголовками по типу:

*While Germany gives billions of euros to Ukraine, German pensioners go hungry* (CNN, June 15, 2022) [40] – *Поки Німеччина надає мільярди євро Україні, німецькі пенсіонери голодують* (переклад наш – Д.П.).

Авторами дописів ставився акцент на тому, що від початку війни Німеччина виплатила Україні нібито «22 мільярди» й нині планує виплатити ще більше, паралельно із тим як німецькі пенсіонери «голодують». Маніпуляторами цифра фінансової підтримки роздулась в більш ніж десять разів – надана інформація виступає брехливою, німецькі фактчекери її спростували. Подібний фейк поширювали й щодо польських бідняків, котрі ніби-то прийшли по безоплатну їжу до їдальні для малозабезпечених і їм відмовили, віддавши їжу українцям. Як з'ясувалося, подія дійсно мала місце: у Вроцлаві, у їдальні World Central Kitchen, котра надає цільову допомогу якраз українським біженцям. Іншими словами, малозабезпечені поляки можуть звертатися до інших відповідних їдалень. Тим не менш, після зазначеного випадку організацією WCK і її партнерами було вирішено виділити 100 місць для харчування поляків, котрим потрібна допомога, щодо чого російська пропаганда, звичайно, промовчала. Якщо вести мову щодо фінансової допомоги, згідно даних Мінфіну, найбільше грошей наша країна

одержує від Канади, Європейського Союзу і Сполучених Штатів Америки. Звичайно, певний вплив на інфляцію в даних країнах відповідна підтримка може мати, проте не слід перебільшувати такий вплив.

3) фейки на основі вигаданих фактів:

*Sanctions against Russia are «ineffective», Western countries suffer from them more than Russia* (BBC, September 8, 2022) [39] – *Санкції проти Росії – «недієві», західні країни страждають від них більше за Росію* (переклад наш – Д.П.).

У відповідності до форми поширення – фейковий журналістський матеріал. У федеральних медіа і російських медіа для зарубіжної аудиторії – санкції не тільки «недієві», але і б'ють по самих американцях і європейцях «більше», ніж по Російській Федерації.

Отже, можемо підсумувати, що аналіз сучасних прикладів медійних фейків і містифікацій у засобах масової інформації свідчить про суттєву поширеність різноманітних видів фейкових повідомлень та містифікацій, що за умов воєнного часу може здійснювати негативний вплив на образ України, відтак вимагає задіяння ефективних механізмів і способів боротьби.

### **2.3. Образ України у вітчизняних і закордонних засобах масової інформації**

Здійснюючи порівняльний аналіз створення образу України в українських та зарубіжних ЗМІ, вагомим є визнати, що кожний засіб масової інформації може мати свою редакційну позицію, цільову аудиторію й упередження.



Такі фактори здійснюють вплив на мову, тон і структуру висвітлення, впливаючи на те, в нейтральному, негативному або позитивному контексті зображується Україна.

У той час як деякі засоби масової інформації можуть зосереджуватися на боротьбі України за стійкість та суверенітет, подаючи її у позитивному світлі, інші можуть акцентувати на складнощах та викликах конфлікту, надаючи більш обережну чи нюансовану перспективу.

Метою нашого аналізу є заохотити критичну оцінку медійних наративів та забезпечити усестороннє розуміння війни в Україні.

Розглянемо приклади текстових фрагментів статей із різноманітних електронних видань (зокрема, *The Washington Post*, *The Times*, *CNN*, *BBC*, *The New York Times* і *The Guardian*, *Kyiv Post*, *BBC News.Україна*, *The New Voice of Ukraine*, *The Kyiv Independent*, *Украина.ру*, *Вести.ru*), а також прокоментуємо їх зміст.

Міжнародні засоби масової інформації, які працюють за межами регіону, нерідко акцентують увагу на гуманітарних аспектах конфлікту, впливі останнього на цивільне населення й ширших геополітичних наслідках. До прикладу, *BBC World News* [37] широко висвітлює людські жертви конфлікту, описуючи в деталях його вплив на цивільне населення і проливаючи світло на ширші наслідки для регіональної стабільності і міжнародних відносин.

Світові засоби масової інформації висвітлюють ґрунтовно вторгнення військових Росії в Україну, не лишаючи сумнівів щодо їх кривавості, жорстокості, порушення усіх можливих міжнародних звичаїв та норм. Практично цілодобово показуються сюжети на телеканалах *CNN*, *BBC* тощо, в стрічках новин провідних інформаційних агенцій світу *Bloomberg*, *Associated Press*, *Reuters*, а також інших українська тема є доволі актуальною. Не дивлячись на неймовірну пропаганду та дезінформацію зі сторони російських агентів,

провідні медіа світу керуються доказами та перевіреними фактами [22, с. 274].

В західних засобах масової інформації, насамперед у країнах, котрі підтримують Україну, наша країна нерідко зображується у вигляді жертви російської агресії і захисниці демократичних цінностей. Нашу країну зображують у вигляді суверенної держави, котра захищає власну територіальну цілісність від російського вторгнення. Засоби масової інформації нерідко висвітлюють боротьбу нашої країни за суверенітет, самовизначення та наближення до західних цінностей. Події в Україні нерідко обговорюються задля того, аби підкреслити несправедливість дій Російської Федерації. До прикладу, The New York Times [45] повідомляла щодо зусиль України стосовно вступу до Північноатлантичного альянсу та занепокоєння стосовно втручання Російської Федерації в її заявку на членство, зображуючи Україну у вигляді країни, яка прагне до міцніших зв'язків із Заходом та зіштовхується із викликами, які пов'язані із діями Російської Федерації.

До прикладу, в статті 2022 року написано щодо рішучості України на шляху до вступу в НАТО:

*President Volodymyr Zelensky of Ukraine responded to Russia's claims to have annexed four Ukrainian provinces by announcing that Ukraine is applying for membership in the North Atlantic Treaty Organization. ... He said Ukraine was cooperating closely with NATO and argued that Ukraine's army has already helped secure alliance members in Europe against Russian aggression by inflicting battlefield defeats on the Russian army in Ukraine. "It is in Ukraine that the fate of democracy in the confrontation with tyranny is being decided," he said [43].*

Наступний матеріал 2023 року приурочений висвітленню кроків нашої країни на шляху до вступу до Північноатлантичного альянсу й підтримки України державами-членами НАТО:

*In a communiqué agreed to by all 31 NATO nations, the alliance said that “Ukraine’s future is in NATO,” and it will be allowed to join when the member countries agree that conditions are ripe — but it did not offer specifics or a timetable. It promised to continue supporting Ukraine in its fight against Russia and to engage the alliance’s foreign ministers in a periodic review of Ukraine’s progress toward reaching NATO standards — in both democratization and military integration [41].*

В статті іншого автора The New York Times теж написано щодо прагнення нашої країни до міцніших зв’язків із Заходом:

*After weeks of tense negotiations, NATO on Tuesday invited Ukraine to join the alliance at some unspecified point in the future, but only when allies agree that conditions are ripe and that Ukraine has met the qualifications to join. ... While Mr. Zelensky wanted more, NATO officials argue that he will have numerous benefits to bring home from this summit, with closer ties to NATO, a firmer commitment to membership and specific offers of longer-term financial and military help [41].*

The New York Times нерідко акцентує на усесторонньому висвітленні й аналізі. Як правило, згадане видання надає широку довідкову інформацію, заглиблюються у геополітичні фактори і пропонують нюансоване розуміння конфлікту. Тональність, зазвичай, нейтральна чи злегка позитивна, із акцентом на вагомості суверенітету нашої країни, впливі на глобальну стабільність і ролі міжнародної дипломатії. The New York Times зазвичай пропонує збалансований погляд на конфлікт, акцентуючи на вагомості ситуації без надмірної сенсаційності:

*Ukraine Strives for Sovereignty Amidst Ongoing Conflict (The New York Times, June 28, 2023) [47].*

В зазначеному уривку The New York Times додержується нейтрального тону, акцентуючи на прагненні нашої країни до

суверенітету. Видання нерідко заглиблюється в історичний контекст й геополітичні фактори, надаючи усестороннє розуміння конфлікту.

BBC, як правило, додержується нейтрального і фактологічного тону у власних репортажах, висвітлюючи об'єктивно ситуацію в нашій країні, зосереджуючись на збалансованості і точності репортажів:

*The situation in Ukraine remains tense, with ongoing military operations causing civilian casualties and displacements* (BBC, July 8, 2023) [39].

Уривок підкреслює серйозність ситуації, що вказує на зосередженість на донесенні до аудиторії точної інформації.

The Guardian акцентує на боротьбі за суверенітет та міжнародній підтримці, зображуючи Україну у більш позитивному світлі:

*Ukraine fights for its sovereignty against external aggression, gaining international support for its struggle* (The Guardian, October 3, 2023) [46].

Головна увага приділяється стійкості України і підтримці міжнародної спільноти, що формує позитивний наратив.

The Guardian нерідко використовує збалансований підхід, акцентуючи на складності ситуації в Україні:

*The conflict in Ukraine underscores the challenges of balancing national sovereignty with international obligations* (The Guardian, September 20, 2023) [46].

Газета висвітлює проблему балансу між національним суверенітетом та міжнародними зобов'язаннями, представляючи більш нюансовану перспективу.

CNN, найбільша американська мережа новин, відома власними оновленнями у режимі реального часу, висвітленням гарячих новин й мультимедійним підходом. Вони нерідко перевагу надають візуальній розповіді й оперативності. CNN нерідко застосовує тон, котрий підкреслює терміновість та дію. Видання зосереджує увагу на людському впливі конфлікту, показуючи стійкість українського народу.

Підхід CNN полягає в емоційному залученні аудиторії, заохочуючи співпереживання й підтримку нашої країни. Журналісти видання нерідко наголошують на потребі міжнародної підтримки і дій задля подолання кризи.

До прикладу:

*Ukraine, a nation fighting for its sovereignty, has garnered international support in its quest for freedom and self-determination* (CNN, October 2, 2022) [40].

CNN нерідко підкреслює рішучість України і її боротьбу за свободу. Їхній підхід передбачає емоційне залучення читачів і заохочення міжнародної підтримки України:

*Ukraine's Fight for Freedom: A Nation's Resolve in the Face of Adversity* (CNN, October 18, 2022) [40].

CNN зображує нашу країну у позитивному світлі, акцентуючи на боротьбі за демократію та свободу:

*Ukraine fights a courageous battle for freedom and democracy against forces seeking to undermine its independence* (CNN, October 10, 2022) [40].

Мова, яка застосовується, підкреслює мужність України і захист її незалежності, формуючи позитивний наратив.

CNN зосереджує увагу на рішучості нашої країни і прагненні до самовизначення:

*Ukraine, despite facing adversity, remains resolute in its quest for independence and self-determination* (CNN, October 2, 2022) [40].

В уривку акцентується увага на стійкості України, а також прагненні останньої до незалежності, формулюючи наратив у позитивному ключі.

The Washington Post відома власними журналістськими розслідуваннями й глибоким аналізом. Журналісти видання сконцентровані на забезпеченні глибокого розуміння подій, контексту і наслідків конфлікту. Тон може коливатися від нейтрального до злегка

негативного. The Washington Post нерідко підкреслює складність конфлікту, геополітичні наслідки і потенційні виклики. The Washington Post, зазвичай, пропонує критичний погляд, не ухиляючись від розгляду проблем та потенційних наслідків. Авторами видання нерідко наголошується на потребі ретельного аналізу й розгляду ситуації.

До прикладу:

*Geopolitical Ramifications of the Ukrainian Conflict: A Deep Dive* (The Washington Post, September 30, 2022) [51].

The Washington Post прагне висвітлювати виклики, із котрими зіштовхується Україна, показуючи збалансовану перспективу:

*Ukraine grapples with the challenges of maintaining stability and security amid external pressures* (The Washington Post, June 8, 2022) [51].

Головна увага приділяється складнощам, із котрими зіштовхується наша країна, повністю не схиляючись до негативного або позитивного зображення.

The Times нерідко вдається до критичного аналізу, акцентує на ширших геополітичних наслідках конфлікту, подаючи ситуацію у вигляді занепокоєння стосовно регіональної стабільності:

*The conflict in Ukraine exacerbates the already fragile geopolitical situation in Eastern Europe* (The Times, November 8, 2022) [48].

Вказане свідчить про більш обережний і аналітичний підхід, а не виключно негативне або позитивне зображення України.

Американські англомовні засоби масової інформації, включно із The Washington Post, CNN і The New York Times зазвичай представляють усесторонній погляд на війну в нашій країні, зосереджують увагу на висвітленні фактів, надаючи глибокий аналіз й нерідко акцентуючи увагу на міжнародних наслідках конфлікту. Останні нерідко підкреслюють боротьбу нашої країни за суверенітет, вплив конфлікту на людей та пов'язані із ним геополітичні складнощі. Тональність як правило варіюється від нейтральної до злегка позитивної чи критичної, в

залежності від підходу конкретного засобу масової інформації і контексту висвітлення.

Британські засоби масової інформації (зокрема, йдеться про The Guardian, The Times, BBC) нерідко прагнуть до збалансованого висвітлення подій, проте із більшим акцентом на міжнародному контексті, історичному фоні й ролі Сполученого Королівства. Тон може коливатися від нейтрального до злегка негативного, акцентуючи на ширших геополітичних наслідках, проблемах регіональної стабільності і складності конфлікту.

BBC відома власними неупередженими репортажами й ґрунтовним аналізом. Видання нерідко надає усестороннє висвітлення конфлікту, концентруючись на фактичній інформації і більш широкому розумінні ситуації. Тон як правило нейтральний, а обрамлення сконцентроване на наданні своєчасних й точних оновлень, до того ж історичного контексту, аби допомогти читачам усвідомити складнощі конфлікту. BBC прагне представити збалансований погляд на війну в нашій країні, даючи гарантію, що читачі одержують фактологічну інформацію й чітке розуміння поточної ситуації без упереджень.

До прикладу:

*The conflict in Ukraine persists, raising concerns about regional stability and the need for a diplomatic resolution* (BBC, October 12, 2022) [39].

The Times відома власними більш консервативними поглядами й аналітичним підходом. Журналістами видання нерідко надається перевага детальному аналізу геополітичних наслідків і ширшому контексту конфлікту. Тон може коливатися від нейтрального до злегка негативного. The Times акцентує на більш широким наслідках та складнощах, включно із потенційними загрозами для регіональної стабільності.

До прикладу:

*Ukraine's battle for sovereignty exposes the fragility of geopolitical relations in Eastern Europe* (The Times, November 2, 2022) [48].

The Guardian відома власною ліберальною і прогресивною позицією. Виданням пріоритет надається історіям, які цікавлять людей, акцентуючи на впливі конфлікту на людей та нерідко виступаючи за мир та права людини. Тон як правило є нейтральним чи злегка позитивним. The Guardian нерідко підкреслює стійкість українського народу та вагомість дипломатії і гуманітарних зусиль. Видання прагне надати збалансований погляд, концентруючись на людському аспекті конфлікту й виступаючи за дипломатію та мир.

До прикладу:

*In the midst of conflict, Ukrainians display remarkable resilience and call for global unity to end the suffering* (The Guardian, August 20, 2022) [46].

У цілому, британські англійські засоби масової інформації, включно із The Guardian, The Times та BBC, прагнуть запропонувати усестороннє та збалансоване висвітлення війни в нашій країні. Тональність може трохи різнитися в залежності від редакційної позиції, проте, зазвичай, вони надають фактичну інформацію, історичний контекст та широке розуміння конфлікту з відсутністю надмірної сенсаційності.

Таким чином, зображення нашої країни в американських й англійських засобах масової інформації у контексті російсько-української війни віддзеркалює поєднання культурних, політичних й історичних чинників, котрі формують наративи й громадське сприйняття. В цілому в зарубіжних засобах масової інформації створюється образ України як постраждалої нації, котра прагне суверенітету та веде боротьбу проти російського вторгнення. Відповідне представлення має на меті пробудити співчуття, мобілізувати підтримку та домогтися міжнародного засудження передбачуваних агресорів.



На противагу цьому, російські засоби масової інформації, котрі нерідко контролюються чи знаходяться під впливом держави, є схильними подавати наратив щодо того, що наша країна виступає об'єктом маніпуляцій чи впливу західних держав. Україна інколи зображується у вигляді розсадника націоналістичного екстремізму й маріонетки західних інтересів.

До прикладу:

*«Поведение руководства Украины на международной арене вызывает все меньше симпатии у партнеров Киева в Европе и США, в этих странах появилась «определенная усталость» от президента Украины Владимира Зеленского и от украинской проблематики в целом»* [36].

Засоби масової інформації російської Федерації висвітлюють те, що вони вважають поганим поведінням із російськомовним населенням в Україні та свідчать про начебто присутність ультраправих елементів в уряді України. В російському медіа дискурсі прослідковується суттєва кількість маніпуляцій, пропаганди і фейків. RT (раніше Russia Today) і Украина.ру [35] нерідко зображають Україну у вигляді країни, яка знаходиться під впливом західних держав, акцентуючи на передбачуваній ролі іноземних акторів в українській політиці та загрозах для російськомовного населення.

У вітчизняних засобах масової інформації сильний акцент ставиться на національній єдності, стійкості і боротьбі за незалежність. Наша країна зображується у вигляді нації, котра веде боротьбу за свободу та самовизначення проти російської агресії. Засоби масової інформації нерідко висвітлюють історії жертвності, героїзму і боротьби із сепаратистськими силами на сході України. До прикладу, Kyiv Post, відома англomовна газета, яка знаходиться в Україні, нерідко висвітлює інформацію щодо українських військових зусиль, гуманітарної допомоги й політичних подій в Україні, показуючи країну як стійку і

рішучу перед обличчям конфлікту. До прикладу, на сайті видання в розділі «War in Ukraine» зазначено:

*«Our articles delve into the heart of the conflict, shedding light on its impact on the people, the region, and international relations. From on-the-ground reports to expert analysis, we aim to provide you with a well-rounded and comprehensive understanding of one of the most critical issues of our times» [52].*

Англомовне видання The New Voice of Ukraine власні статті присвячує висвітленню різних аспектів образу України, в тому числі в статті від 14.10.2023 наголошено, що проблеми із відключенням світла, пов'язані із військовими діями, спричинили те, що українці почали читати більше:

*One spinoff of spending time in bomb shelters or blackouts could be that Ukrainians are reading more. The number of Ukrainians who read books everyday has increased significantly to 17% in 2023, compared to only 8% in 2020, the Ukrainian Book Institute's. «Ukrainians have begun to read more. It's significantly more, and this should be taken into account when shaping future state policies to promote reading, support reading, and book publishing,» said Oleksandra Koval, the institute's director (The New Voice of Ukraine, October 14, 2023) [50].*

Формуючи відношення до подій в Україні видання *The Kyiv Independent* пропонує ознайомитися із такою інформацією:

*The Parliamentary Assembly of the Council of Europe (PACE) adopted a resolution on Oct. 13 declaring Russia a dictatorship and calling on the international community to recognize Vladimir Putin's presidency as illegitimate after his current term ends in 2024 (The Kyiv Independent, October 13, 2023) [49].*

Отже, узагальнимо, що образ України у контексті російсько-української війни виступає багатогранним та створюється під впливом упереджень та поглядів відповідних засобів масової інформації.

## ВИСНОВКИ

На основі проведеного дослідження, може зробити такі висновки:

В межах лінгвістики образність тлумачиться із точки зору семантичної двоплановості, а носіями образних значень виступають, у першу чергу, тропи. Під художнім образом будемо розуміти візуальну репрезентацію, яка володіє самостійним життям та змістом й створюється автором завдяки творчому застосуванню багатства літературної мови. «Образ» включає зовнішній образ/вигляд, тип/характер, створений автором, він може бути уявою щодо будь-кого чи втіленням ідей. Образ відноситься до сфери людської свідомості, має зв'язок із об'єктами дійсності, образ – синтетичний. Поняття «художній образ» виступає вужчим у порівнянні з поняттям «образ», має самостійний зміст, це творчо відтворене явище у художньому творі. Окрім відтворення фактів реальності, останній також й узагальнює цінності сторін життя автора, віддзеркалює світосприйняття та світовідчуття автора, те, як він сприймає навколишню дійсність, до того ж, й має комунікативний аспект та передбачає загальну для автора й читача об'єктивність.

Медіатекст являє собою багаторівневий, інтегративний знак, який об'єднує різноманітні семіотичні коди (медійні, вербальні, невербальні) у єдине комунікативне ціле й показує принципову відкритість тексту на знаковому, композиційно-структурному і змістовно-смісловому рівнях. Усвідомлення медіадискурсу як центру конструювання іміджу виступає вагомим для критичної медіаграмотності. Воно спонукає людей аналізувати і ставити під сумнів представлені наративи, розпізнавати упередження й шукати більш тонке розуміння предмета, щодо якого йдеться. Усвідомлення сили мови і візуальних засобів у формуванні образів дозволяє більш поінформовано й розбірливо взаємодіяти із медіа, що, врешті-решт, сприяє формуванню більш поінформованого й

обізнаного суспільства. Ключовими ознаками медіатекстів можливо вважати медійність (утілення тексту з допомогою тих або інших медіазасобів, детермінація останнього форматними і технічними можливостями каналу), масовість (як у сфері створення, так й у сфері споживання медіапродуктів), інтегративність, чи полікодовість, тексту (об'єднання у єдине комунікативне ціле різних семіотичних кодів), відкритість тексту. Виокремлення зазначених мовних особливостей виступає вагомим як для лінгвістів, медіапрофесіоналів, так й для аудиторії. інновації і знаходити відгук в постійно мінливому медіа-ландшафті.

Образ України в сучасному англomовному медіа-дискурсі, насамперед у контексті російсько-української війни, створюється під впливом багатьох факторів, котрі здійснюють вплив на суспільне сприйняття і розуміння конфлікту, який досі продовжується. Такі фактори включають політичні, історичні, ідеологічні, культурні й економічні міркування. Вагомим виступає відзначити, що висвітлення подій в засобах масової інформації може істотно різнитися в залежності від засобів масової інформації, його аудиторії, а також й від редакційної позиції. У процесі проведення аналізу англomовних текстів засобів масової інформації до прикладу, як Українська правда, *The Washington Post*, *BBC*, *Reuters*, *The Times*, *CNN*, *The New York Times* і *The Guardian*, можливо визначити і охарактеризувати такі лінгвістичні засоби створення образу України у контексті російсько-української війни. Провідними тенденціями використання лексики в новинних текстах що стосуються України є наступні: 1) превалювання загальноповживаної лексики; 2) багато топонімічної лексики та числівників є притаманним для повідомлень, які мають відношення до погоди і спорту; 3) присутність в популярних повідомленнях спеціальної лексики, а також в спеціалізованих рубриках – експресивно-забарвленої, метафоричної лексики (зокрема, наука, технології, медицина); 4) для текстів стосовно

військових дій притаманним виступає більш активне застосування емотивної лексики чи спресивної лексики, порівняно з іншими повідомленнями. Отже, англомовні тексти, що стосуються України мають певні лексико-стилістичні особливості, зокрема активне вживання емоційно забарвленої лексики та великої кількості стилістичних засобів (метафори, метонімії, перифразу тощо).

Аналіз впливу фейків на образ України у сучасних англомовних медіатекстах здійснимо за декількома класифікаціями. За формою поширення виявлені фейки класифікуємо на відеофейки, фотофейки, повідомлення в соціальних мережах, фейкові свідчення очевидців, фейкові журналістські матеріали, чутки тощо. За типами фейки поділяємо на фейк-конспірологія, фейк-клікбейт, фейк-інфлюенсерський, фейк-псевдоексперт, фейк-жарт, фейк-реклама, фейк-картинка. Можемо підсумувати, що аналіз сучасних прикладів медійних фейків і містифікацій у засобах масової інформації свідчить про суттєву поширеність різноманітних видів фейкових повідомлень та містифікацій, що за умов воєнного часу може здійснювати негативний вплив на образ України, відтак вимагає задіяння ефективних механізмів і способів боротьби.

Здійснюючи порівняльний аналіз створення образу України в українських та зарубіжних ЗМІ, вагомим є визнати, що кожний засіб масової інформації може мати свою редакційну позицію, цільову аудиторію й упередження. Такі фактори здійснюють вплив на мову, тон і структуру висвітлення, впливаючи на те, в нейтральному, негативному або позитивному контексті формується образ України. Водночас як деякі засоби масової інформації можуть зосереджуватися на боротьбі України за стійкість та суверенітет, подаючи її у позитивному світлі, інші можуть акцентувати на складнощах та викликах конфлікту, надаючи більш обережну чи нюансовану перспективу. Розглянувши приклади уривків статей із різних електронних видань (The Times, BBC,

The New York Times і The Guardian, The Washington Post, CNN, Kyiv Post, BBC News.Україна, The New Voice of Ukraine, The Kyiv Independent, Украина.ру, Вести.ru), можемо відзначити, що образ нашої країни в контексті російсько-української війни виступає багатограним та формується під впливом поглядів та упереджень відповідних засобів масової інформації. Розуміння упереджень й нюансів у висвітленні подій в засобах масової інформації відіграє ключове значення для формування усестороннього й поінформованого погляду на конфлікт та його вирішення.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Білик К. М. Аналіз лінгвальних характеристик корпусу медіатекстів тематики «війна в Україні». *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. Філологічні науки. 2023 №99. pp. 54-74. URL: <http://philology.visnyk.zu.edu.ua/article/view/277080> (дата звернення: 10.10.2023)
2. Білоус П. В. Вступ до літературознавства: навч. посіб. Київ: ВЦ «Академія», 2011. 336 с.
3. Вільчинська Т. П. Образ автора художнього тексту в парадигмі сучасних лінгвістичних досліджень. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского*. Сер. Филология. Социальные коммуникации. Т. 26(65). Симферополь, 2013. № 1. С. 190–194.
4. Галич О., Назарець В., Васильєв Є. Теорія літератури / за наук. ред. О. Галича. Київ: Либідь, 2001. 455 с.
5. Головач Т. М. Сучасні англомовні медіатексти: лінгвістична специфіка та типологія. *Держава та регіони*. Серія: Гуманітарні науки. 2018. № 4 (55). С. 59–63. URL: [http://humanities.stateandregions.zp.ua/archive/4\\_2018/13.pdf](http://humanities.stateandregions.zp.ua/archive/4_2018/13.pdf) (дата звернення: 12.10.2023)
6. Захарченко Ю. Говорить про війну «НАТО з Росією в Україні»: Кремль використовує псевдоекспертів для пропаганди. 9.06.2022. URL: <https://fakty.com.ua/ua/svit/20220609-govoryt-pro-vijnu-nato-z-rosiyeyu-v-ukrayini-kreml-vykorystovuye-psevdoekspertiv-dlya-propagandy/> (дата звернення: 11.10.2023)
7. Ковальова О. К. Функціонально-стилістичні особливості паратексту новинних медіатекстів у французьких Інтернет-ЗМІ. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. Філологічні науки. 2017. Вип. 2 (86). С. 68–72.

8. Колдомасов А. Викриття Як сумнівні спільноти з назвами «Військовий говорить» підіграють російській пропаганді. 11.04.2023. URL: <https://disinfo.detector.media/post/yak-sumnivni-spilnoty-z-nazvamy-viiskovyi-hovoryt-pidihraiut-rosiiskii-propahandi> (дата звернення: 12.10.2023)
9. Космацька Н. В. Новотвори французького медіатексту з позицій перекладу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологічна». 2017. Вип. 67. С. 158–161.
10. Котенко О. Фейк Взимку 2023 року Німеччина передала Україні 200 мобільних крематоріїв. 14 Вересня 2023. URL: <https://disinfo.detector.media/index.php/post/vzymku-2023-roku-nimechchyn-a-peredala-ukraini-200-mobilnykh-krematoriiv> (дата звернення: 13.10.2023)
11. Краснобаєва-Чорна Ж. В. Ціннісна картина світу: аналіз теоретико-прикладних засад у сучасному мовознавстві. *Записки з українського мовознавства*. Соціолінгвістика. Лінгвокультурологія. Когнітивна лінгвістика. 2022. №29. С. 227-238. URL: <http://zum.onu.edu.ua/article/view/262409> (дата звернення: 10.10.2023)
12. Курбан О. В. Фейки у сучасних медіа: ідентифікація та нейтралізація. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2018. №3. С. 96–103.
13. Лиля М. Мовний образ як компонент мовної картини світу. *Теоретична і дидактична філологія*. Серія: Філологія. 2018. № 2. С. 55–65.
14. Михайлин І. Інформаційний образ як комунікативна категорія. *Нова серія: зб. Харківського історико-філологічного товариства*. Харків, 2009. С. 117–136.
15. Мороховский А. Н., Воробьева О.П., Лихошерст Н.И., Тимошенко З. В. Стилистика английского языка. Київ: Вища школа, 1991. 272 с.



16. Мудра І. Поняття «фейк» та його бачить у ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 184–188. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/teleradio/article/viewFile/694/699> (дата звернення: 10.10.2023)
17. Образ. Словник української мови: Академічний тлумачний словник (1970-1980) в 11 томах. Том 5, 1974. С. 561. URL: <http://sum.in.ua/s/obraz> (дата звернення: 09.10.2023)
18. Повна типологія найбільш небезпечних фейків. PLATFORMA. 2023. URL: <https://www.platfor.ma/specials/sekretni-materialy-povna-typologiya-najbilsh-nebezpechnyh-fejkiv/> (дата звернення: 11.10.2023)
19. Приходько І. Дослідження поняття «образ» у гуманітарній парадигмі. *Науковий вісник Херсонського державного університету: зб. наук. праць* / редактор В.П. Олексенко. Вип. 25. Херсон: Вид-во ХДУ, 2016. С. 135-139.
20. Серебрянська І. Динаміка терміна ОБРАЗ: від Олександра Потебні до сучасних лінгвістичних інтерпретацій. *Лінгвістичні студії*. 2022. Вип. 43. С. 110-120. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/lingst\\_2022\\_43\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/lingst_2022_43_12) (дата звернення: 12.10.2023)
21. Скиба Н. Медіатекст як інструмент у навчанні української мови як іноземної. *Studia Ukrainica Posnaniensia*. Т. 3. 2015. С. 289–293.
22. Тернова А., Колода А. Образ України в закордонних ЗМІ. *Scientific Collection «InterConf»*. 2023. №152. С. 272–276. URL: <https://archive.interconf.center/index.php/conference-proceeding/article/view/3164> (дата звернення: 10.10.2023)
23. Хаботнякова П. С. Кореляція понять «образ», «символ» та «образ-символ» у сучасній лінгвістичній парадигмі (на прикладах творів Френка Перетті). *Вісник КНЛУ. Серія Філологія*. 2015. № 2/18. С. 190–194.

24. Черемхівка Г. Є. Тропи і фігури у медіатекстах початку XXI ст.: дис. ... канд.. філол.. наук: 10.02.01. Кривий Ріг, 2015. 213 с.
25. Четверікова О. Особливості дослідження медіатексту в лінгвістичних розвідках. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2018. Вип. 22. Т.2 С. 79-85. URL: [http://www.apfn-journal.in.ua/archive/22\\_2018/part\\_2/16.pdf](http://www.apfn-journal.in.ua/archive/22_2018/part_2/16.pdf) (дата звернення: 09.10.2023)
26. Чечель О. Ю. Формування іміджу держави на міжнародній арені. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 10. С. 82-86. URL: [http://www.investplan.com.ua/pdf/10\\_2016/20.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/10_2016/20.pdf) (дата звернення: 11.10.2023)
27. Шевченко Л. І., Сизонов Д. Ю. Теорія медіалінгвістики: підручник / за ред. Л.І. Шевченко. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2021. 214 с.
28. Щепанська Х. А. Мовний образ, концепт, вербальний символ та їх функціонування в художньому тексті. *Лінгвістичні дослідження*. 2012. № 33. С. 66–71.
29. Crystal D. English in the digital age: Information and communications technology (ICT) and the teaching of English. Springer. 2018. 156 p.
30. Kress G., van Leeuwen T. Reading images: The grammar of visual design. Routledge. 2018. 310 p.
31. McNair B. News and journalism in the digital age: Theory and practice in contemporary media studies. Routledge. 2019. 364 p.
32. Pauwels A. The handbook of language, gender, and sexuality. John Wiley & Sons. 2019. 688 p.
33. Tandoc E. C., Lee Z. W. Journalism, audience, and digital culture. Taylor & Francis. 2017. 125 p.
34. Tsapro G. Yu., Sivaieva O. S. Does Pandemic have a silver lining? A contrastive corpus study of collocations with Pandemic in media

texts. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*: серія «Філологія». 2021. Вип. 11(79). С. 100–103.

#### ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

35. Киевский режим пытается ввести цензуру даже в Южном полушарии. Но у него не всегда получается. Украина.ру. 22.11.2022. URL: <https://ukraina.ru/20221122/1041112021.html> (дата звернення: 13.10.2023)

36. Придется отвечать: наглость Киева все меньше нравится Западу. Вести.ру. 12.10.2023. URL: <https://www.vesti.ru/article/3597670> (дата звернення: 14.10.2023)

37. Росія вдарила по кафе в селі Гроза біля Куп'янська: пів сотні загиблих на поминках. BBC News.Україна. 5.10.2023. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/cmlr4m2lz34o> (дата звернення: 15.10.2023)

38. Українська правда. 2023. URL: <https://www.pravda.com.ua/> (дата звернення: 13.10.2023)

39. BBC. 2023. URL: <https://www.bbc.com/> (дата звернення: 10.10.2023)

40. CNN. 2023. URL: <https://edition.cnn.com/> (дата звернення: 14.10.2023)

41. Erlanger S., Sanger D. E., Jakes L. NATO Says It Will Invite Ukraine Some Day, Resisting Calls to Act Soon. The New York Times. July 11, 2023. URL: <https://www.nytimes.com/2023/07/11/world/europe/ukraine-nato-summit-biden.html?auth=login-google1tap&login=google1tap> (дата звернення: 16.10.2023)

42. Erlanger S. What NATO Said About Ukraine: Highlights of the Alliance's Communiqué. The New York Times. July 11, 2023. URL: <https://www.nytimes.com/2023/07/12/world/europe/nato-ukraine-membership.html> (дата звернення: 15.10.2023)

43. Kramer A. E., Bilefsky D. Ukraine submits an application to join NATO, with big hurdles ahead. The New York Times. Sept. 30, 2022. URL: <https://www.nytimes.com/2022/09/30/world/europe/ukraine-nato-zelensky.html> (дата звернення: 16.10.2023)
44. Reuters. 2023. URL: <https://www.reuters.com/> (дата звернення: 14.10.2023)
45. Soaring Death Toll Gives Grim Insight Into Russian Tactics. The New York Times. 02.02.2023. URL: <https://www.nytimes.com/2023/02/02/us/politics/ukraine-russia-casualties.html> (дата звернення: 13.10.2023)
46. The Guardian. 2023. URL: <https://www.theguardian.com/europe> (дата звернення: 15.10.2023)
47. The New York Times. 2023. URL: <https://www.nytimes.com/international/> (дата звернення: 10.10.2023)
48. The Times. 2023. URL: <https://www.thetimes.co.uk/> (дата звернення: 12.10.2023)
49. Ukraine war latest: Europe's parliamentary assembly declares Russia dictatorship, Putin's rule illegitimate after 2024. The Kyiv Independent. October 13, 2023. URL: <https://kyivindependent.com/ukraine-war-latest-oct-13/> (дата звернення: 11.10.2023)
50. Ukrainians are reading significantly more during war – and Russian-language books are disappearing. The New Voice of Ukraine. October 14, 2023. URL: <https://english.nv.ua/business/54-respondents-read-exclusively-in-ukrainian-russian-language-readers-dropped-below-10-50360720.html> (дата звернення: 14.10.2023)
51. Washington Post. 2023. URL: <https://www.washingtonpost.com/> (дата звернення: 10.10.2023)
52. War in Ukraine. Kyiv Post. 2023. URL: <https://www.kyivpost.com/topic/war-in-ukraine> (дата звернення: 12.10.2023)