

СТРУКТУРНА, ПРИКЛАДНА ТА МАТЕМАТИЧНА ЛІНГВІСТИКА

УДК 316.77:81'42(100)

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.5.1/68>

Бєлих О. М.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Зеленюк Я. В.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ПОРІВНЯННЯ ОБРАЗІВ УКРАЇНСЬКОГО ВОЇНА В НІМЕЦЬКОМОВНИХ ТА АНГЛОМОВНИХ ОНЛАЙН-ВИДАННЯХ

Стаття присвячена вивченню особливостей образу українського воїна, представлених в німецькомовних та англomовних онлайн-виданнях з метою виявлення характерних рис сучасного воїна у двох германських мовних системах, які мають граматичні відмінності. Досліджено статті з провідних медіа, таких як *Die Zeit*, *Tagesspiegel*, *Focus Online*, *Wiener Zeitung*, *Tages-Anzeiger* (німецькомовні) та *The Economist*, *The New York Times*, *The Guardian*, *Financial Times* (англomовні). Розглянуто лінгвістичні, структурні та прагматичні особливості медіа-образів, наголошено на тому, як ці особливості впливають на сприйняття аудиторією особи сучасного воїна. Адже необхідно передати ментальний дух сучасного пересічного українця-воїна, який відстоює європейські цінності XXI століття через відвоювання власної території, захист державних кордонів у реальному ворога на полі бою, в окопі, а не шляхом дипломатії та переговорів. Також важливо передати обстановку боїв та реальної небезпеки війни в тих країнах, які ще в XX столітті вирішили дотримуватись міжнародного права, правил війни, прав людей та окреслених кордонів і робити максимальний вклад в розвиток своїх країн, а не необґрунтованих воєнних посягань. Описаними положеннями окреслено актуальність наукової розвідки. В роботі використано наукові праці Гладченко А. М., Гудзя А. В., Ладан Н. В., Бєлих О. М., Мамчич Д. А., Ніконової В. Г., Поліщук Н. М., Самойленко К. О., Храбан Т. Є. та інших, які становлять теоретичну основу. Визначено, що як в німецькомовних, так і в англomовних виданнях, образ українського воїна формується через особисті історії, прямі цитати та детальний опис героїв, що створює ефект присутності й емпатії. Було з'ясовано, що лінгвістичні засоби, такі як *epitheta* (*heroisch* /*heroic*, *unbezwingbar* /*indomitable*), метафори (*Schild der Ukraine* / *shield of Ukraine*), окличні речення та риторичні запитання, формують героїчний і патріотичний наратив, спрямований на мобілізацію суспільства та зміцнення національної єдності. У статті розкрито, що німецькомовні видання приділяють увагу особистим труднощам, психологічним випробуванням та травматичному досвідові, з якими стикаються українські воїни. З'ясовано, що, натомість, в англomовних медіа український солдат зображується як високотренований професіонал, технологічно обізнаний, з іронічним поглядом на війну, що підкреслює його стійкість і самовідданість. Результат дослідження може бути врахований в міжнародних комунікаціях, в тому числі в зовнішній політиці, завдяки сприянню культурному діалогу та підтримці солідарності з Україною, оскільки аналіз медіа-образів українського воїна допомагає зрозуміти механізми формування громадської думки про війну в Україні.

Ключові слова: медіа-образ, особливості образу, український воїн, німецькомовні видання, англomовні видання.

Постановка проблеми. Інформаційний прорив та медіа-простір, частинами яких Україна є сьогодні, підкреслюють важливість образу нашої країни в міжнародній спільноті. Війна в Україні – це

головна тема багатьох видань, які висвітлюють її хід та формують результативну думку охопленого медіаканалом частини суспільства. Український воїн посідає не аби яке місце, адже крім свого

безпосереднього значення як захисника території, він також є символом. Символічність полягає не тільки в констатації факту спротиву збройній агресії, а й в національній ідентичності, бо український воїн – це не лише один із чисельних військових, скажімо до прикладу, країн НАТО, а окрема концепція, яка уособлює Україну сьогодні. І те, як «особистість» України представлена у світі, не просто свідчить про відношення певної спільноти до України, а й формує уявлення про війну, в тому числі серед країн-партнерів.

Ключові аспекти висвітлення образу українського солдата в світових мас-медіа де-факто є механізмами формування думки про Україну та війну на її території. Саме тому, порівнюючи образи в німецькомовних та англомовних онлайн-виданнях, ми, тим самим, окреслюємо наратив, в якому ведеться дискурс про Україну, що, в свою чергу, посилює підґрунтя для ведення доцільної зовнішньої політики та має прямий вплив на підтримку країни.

Теоретичні дослідження та фактологічний матеріал опису реальної боротьби, життя українських воїнів, отриманий зі статей німецько- та англомовних онлайн-видань *Die Zeit, Tagesspiegel, Focus Online, Wiener Zeitung, Tages-Anzeiger (німецькомовні) та The Economist, The New York Times, The Guardian, Financial Times (англомовні)*, складають не тільки наукову цінність, а й можуть бути застосовані практично в міжнародних комунікаціях, в тому числі в зовнішній політиці. Адже отримана інформація дає змогу покращити культурний діалог та влучно обрати стратегію комунікації для підтримки солідарності з Україною.

Постановка завдання. Метою статті є визначити характерні риси образу українського воїна в німецько- та англомовних онлайн-виданнях. Досягнення поставленої мети буде реалізоване через виконання наступних завдань:

1. Визначити особливості медіа-образу воїна.
2. Виявити в німецько- та англомовних ресурсах основні наративи, пов'язані з українським солдатом.
3. Порівняти представлення в обох мовних середовищах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науково-методологічною базою дослідження слугували праці Бєлих О. М. [1; 2], Гладченко А. М. [3], Гудзя А. В. [5], Ладан Н. В. [7], Мамчич Д. А. [9], Ніконової В. Г. [15], Поліщук Н. М. [7], Самойленко К. О. [12], Храбан Т. Є. [12] та інших. Крім того, були проаналізовані наукові праці військо-

вої тематики, що дало змогу оцінити важливість нашого дослідження.

У дослідженні Гудзя А. В. розглядаються жанрово-тематичні особливості медіа, які формують образи військових, в тому числі й жінок-військовослужбовців, в Україні під час війни [5]. Такі дослідники, як Тарнавська І. О., Ладан Н. В. аналізують дискурс в іноземних медіа, проте в ширшому аспекті. В публікації Тарнавської І. О. йде мова про образ України у виданнях Великої Британії, проте, деталі статті більше сфокусовані на економічних та політичних аспектах [17]. Аналізуючи словотвірні та стилістичні аспекти лексики у німецьких та українських виданнях, Ладан Н. В. показує зміни у сприйнятті певних понять тематики війни, але не зупиняється на детальнішому розгляді образів [7]. В аналізі статей наукометричних баз SCOPUS та WEB of SCIENCE Кислюк К. В. досліджує загальне висвітлення війни іноземними дослідниками [6]. Грабовська І. М., Наливайко Л. Р., Талько Т. М. висвітлювали питання зміни ставлення до жінок в армії та на війні [4].

В публікації «Термінологічні словосполучення із стрижневим компонентом «KRIEG» та їх переклад на українську мову» Бєлих О. М. аналізує термінологічні словосполучення зі стрижневим компонентом *KRIEG* у сучасних німецькомовних онлайн-виданнях, розглядаючи двокомпонентні конструкції та дослівний переклад. За висновками дослідниці «...двокомпонентні термінологічні словосполучення найбільш оптимально відповідають потребам фахової комунікації, після чого вони не удосконалюють розуміння і, в той же час, передають ключові характеристики конкретного поняття» [1].

В статті «Структурно-семантичні та перекладацькі особливості німецької військової термінології» Бєлих О. М., Климюк М. П. аналізують особливості утворення та перекладу німецької військової термінології, виділяючи морфологічні та синтаксичні способи утворення і класифікуючи можливості перекладу, в залежності від контексту. Результати цього дослідження сформуливали критерії, за якими автори стверджують, що частина військових термінів має інтернаціональний характер і перекладається за правилами уніфікації та еквівалентності. Інша частина має в своїй структурі наближений переклад за правилами аналогії чи опису, які найбільш характерно відображають військові терміни. Все це, стверджують автори, спонукає до міждисциплінарних наукових досліджень в сфері військової лексики [2].

У своїй статті, Залеток Н. В. розглядає специфічний аспект образу жінки-воїна – зовнішність жінок-військовослужбовиць в медіа та її вплив на сприйняття жіночого особового складу в армії [18]. Гладченко А. М., Комарова О. С. у своїй статті вивчали тему неологізації лексики у період російсько-української війни [3]. Царьова І. В. у своїй роботі також висвітлила процеси неологізації в межах сучасного воєнного дискурсу [13]. Неологізація досліджувалась також у роботі Хар М. Є. [11]. Лебідь Н. М. вивчала наративи війни в українських ЗМІ [8]. Сукаленко Т. М. та Шпетна С. А. у своїй спільній публікації розбирали функціонування військового дискурсу в сучасному комунікативному просторі [10]. Особливий аспект воєнного дискурсу вивчав у своїй роботі британський вчений українського походження Круглов А., де він аналізував лінгвістичні засоби для опису ворога в українських медіа [14].

Таким чином, ми дійшли висновку, що публікації науковців воєнної тематики дуже скромно зачіпають образи солдатів. Теми досліджень переважно стосуються військової лексики, перекладу військових термінів з іноземної мови на українську, опису жінок-військовослужбовиць, що тільки посилює необхідність вивчення обраної нами теми.

Виклад основного матеріалу. Образ українського солдата в просторі сучасних медіа компонується через набір засобів, які за своїми характеристиками можна поділити на лінгвістичні, структурні та прагматичні. Наступним кроком ми проаналізуємо наявність цих засобів, щоб потім оцінити їх використання в іноземних онлайн-виданнях.

Образ українського воїна сформувався, насамперед, в українському медійному дискурсі, а вже потім іноземні видання почали його аналізувати й інтерпретувати. В українському медіа-дискурсі образ воїна формується через різні лінгвістичні засоби, які надають йому емоційного й патріотичного забарвлення. У медіа-текстах часто вживаються описи з позитивною конотацією, в яких увагу акцентують на високих моральних і етичних якостях, таких як *Ehre/honor* та *Tapferkeit/valor* [5, с. 177]. До цього також варто додати епітети *heroisch/heroic, hartnäckig/adamantine, furchtlos/fearless*, які підкреслюють самовідданість та стійкість воїнів, а також метафори *Schild der Ukraine/shield of Ukraine* і *Stahlmauerwerk/steel masonry* як символи захисника [9, с. 45]. Вираз *Schutzengel/guardian angel* підкреслює турботу та порятунку, тоді як зооморфні та природні порів-

няння, наприклад, *Falke/falcon, Tiger/tiger, Stein/stone*, звертають увагу на витривалість та стійкість [9, с. 45]. Інший опис позитивного образу наводиться в доповіді про стратегічні комунікації на війні, де анімаційний персонаж Піксель, символ Збройних Сил України, описується як захисник свободи: «*Meet Pixel, an embodiment of the Armed Forces of Ukraine and, as such, a brave guardian of freedom who fights for Ukraine's safety*» [16, с. 8]. Це уособлення українських солдатів підкреслює боротьбу за національну ідентичність та свободу.

Тексти в медіа про воїнів мають різні складові побудови. Можуть використовуватись такі синтаксичні засоби як окличні речення (*Unsere Verteidiger sind unser Stolz!/Our defenders are our pride!*) та риторичні запитання (*Wer, wenn nicht sie, wird den Feind zurückhalten?/Who, if not them, will restrain the enemy?*), які нашоувхують на роздуми та схиляють до згоди з автором [9, с. 46]. Повтори застосовуються для ритмічної організації (*Er stand auf/He stood; Er gab nicht nach/He did not back down; Er hat gewonnen/He won*), оскільки це додає драматичності та посилення впливу, так само як і парцеляція [9, с. 46]. Гудзь А. В. акцентує увагу на інтерв'ю та репортажах, характерних для військових медіа, які роблять образ воїна більш особистісним і конкретним [5, с. 175]. Рубрики на кшталт «Я воїн» чи «Пантеон героїв» часто містять розповіді від першої особи, доповнені візуальними елементами, як-от фото чи відео, що, у свою чергу, поглиблює емоційне сприйняття [5, с. 175]. Інший приклад способу передачі образу наводиться в статті про образи військовослужбовиць в українських медіа. Автор зазначає, що елементи жіночності подаються журналістами через опис прикрас жінки, її вечірньої сукні, розповідь про її дітей [12, с. 149]. Таким чином, до способів передачі особливостей ми додаємо ще й детальний опис героя історії.

Прагматично, образ воїна в медіа виконує функцію впливу на аудиторію та консолідації суспільства. Окличні речення чи риторичні запитання, залучають читачів до комунікації, передаючи такі емоції як вдячність та гордість [9, с. 47]. Певний образ може нести в собі комунікативну функцію, тобто мати на меті передати певну ідею, або «достукатись» до конкретної аудиторії, яскравим прикладом чого є згаданий вище персонаж Піксель [16, с. 8]. Метою уособлення українського бійця через анімаційного персонажа було залучити аудиторію 12 років та молодше, а також *tell the story of 10 years of fighting for Ukraine* [16, с. 8]. Ніконова В. Г. у своїй роботі про мета-

форичну реалізацію концепту війна зазначає: «*The military metaphor is characterized by a combination of various types of emotional influence, both positive and negative, depending on the context of its use*» [15, с. 162]. В той же час, Гудзь А. В. пише про те, що ЗМІ тяжіють до уникнення матеріалів, які б компрометували військовослужбовців, щоб викликати довіру й вплинути на громадську думку [5, с. 178–179]. У свою чергу, це ще раз підкреслює емоційний вплив як мету використання елементів образу воїна. Але також маємо зазначити, що певні образи, або елементи образів можуть бути використані суто для привертання уваги – гендерні стереотипи, які являють собою суто комерційний інтерес або є маркетинговим ходом для зацікавлення, типовими прикладами чого є такі теми як *Sexualobjekt /sexual object; Model für ein Hochglanzmagazin/ model for a glossy magazine; Schönheit in Uniform/beauty in uniform* [12, с. 152–154; с. 159].

Отже, можна сказати, що медіа-образ воїна в українському дискурсі формується через комплекс лінгвістичних, структурних і прагматичних засобів, що створюють героїчний та патріотичний наративи. Епітети та метафори закріплюють позитивний образ. В медіа текстах використовують окличні речення, риторичні запитання, повтори, парцеляцію, детальний опис героя для емоційного впливу. Функціональне призначення медіа-образу – мобілізація суспільства та зміцнення національної єдності.

Образ українського воїна в німецькомовних онлайн-виданнях. Багато з вище зазначених способів знайшли відображення на сторінках світових видань. Стаття видання *Die Zeit* розкриває історію молодого військового на ім'я Руслан, одного з чисельних бійців на фронті, які на камеру в реальному часі фіксують все, що відбувається на передовій. Руслан представляється цьому випадку як медійна особа, яка має вплив на громадську думку, завдяки чисельним підписникам в соцмережах: «*Die Telegram-Gruppe, in der Ruslan Videos und andere Inhalte postet, wuchs nach der Veröffentlichung auf rund hunderttausend Mitglieder an. Auf Instagram folgen ihm heute knapp sechzigtausend Menschen*» [19]. Саме зростання кількості читачів каналу за короткий час на 40 тисяч читачів можна трактувати як доданок нового елемента до образу воїна, а саме – фігура впливу на думку громадськості від першої особи – безпосереднього учасника.

Focus Online, партнерське видання *The Economist*, опублікувало переклад статті німець-

кою про військових 80-ї та 82-ї бригад, які наступають із своїми побратимами вглиб ворожої території. Героїчність їх образів поєднується з такими притаманними реакціями, як невпевненість та гумор, що підсилює і без того яскраво виражений образ стійкості та відданості службі. Автор статті зазначає: «*Andere ukrainische Truppen erzählen, dass sie die Grenze in einer Welle der Euphorie überquert hätten, wobei sich die Reihen der Gefangenen fast sofort wieder in die andere Richtung bewegten*» [22]. Яскраво передає емоції уривок: «*Die Soldaten sagen, sie hätten ihrem Kommandeur nicht geglaubt, als er ihnen von den Plänen erzählte. 'Wir haben gelacht', erinnert sich der Gefreite Serhij. 'Wir scherzten, dass heute nicht der 1. April sei. Der Kommandeur lächelte nur, weil er wusste, dass wir keine Ahnung hatten, was auf uns zukommen würde*» [22].

Інакшим чином доповнюється образ українського військового історією солдата Миколи з підрозділу ППО. З його слів, воїни можуть потрапити на фронт без належної підготовки, тобто попри недоцільність своєї спеціалізації на певному відрізку фронту. Микола висловив розчарування – *Sie können dich einfach holen* – чим підкреслив відчуття безправ'я. Він зазначив, що ще у 2022 році була можливість обрати підрозділ, виходячи з того, де навички потрібні більше. Автор статті передає слова солдата: «*...sagt Mykola, es gebe keinen positiven Geist mehr*» [20]. Це негативне враження дає образу українського воїна рису виснаженості від довготривалого супротиву агресії.

Військовий та письменник Станіслав Асеев, в інтерв'ю *Tagesspiegel*, постає навіть ще яскравішим прикладом зворотнього боку героїчності та супротиву. Колишній полонений, він добровільно вертається на фронт кулеметником, веде соцмережі, де висловлює свої думки про бюрократію: «*Wir müssen während des Gefechts die Schüsse zählen. Das ist die Realität und das ist ein großes Problem, die Bürokratisierung des Systems*» [24]. Не лишає він поза контекстом проблему тактичної підготовки військових у навчальних центрах: «*Das Ausbildungszentrum erinnerte mich an ein Hochsicherheitsgefängnis. Du kommst dort nicht heraus und es passieren völlig absurde Dinge*» [24]. Його образ досить комплексний, адже поєднує у собі біль пережитого полону, і разом з тим волю до бою проти ворога, бажання нести в маси свої думки про стан подій: «*Die gesamte russische Militärindustrie versucht, uns zu töten. Aber, verdammt, wir sind noch am Leben*» [24].

Інша публікація *Tagesspiegel* представляє новобранця Ігора, який постає перед читачами реалістичним, критично мислячим. Від нього можна почути про недосконалість підготовки військових на Заході, через брак розуміння реалій війни в Україні: «*In der Ukraine gehe es vor allem darum, gegnerische Schützengräben zu erobern, im Training habe man den Stadtkampf geübt*» [25]. Водночас, травмованість солдата теж має місце бути, коли Ігор розповідає про бій, у якому він втратив побратимів: «*Ich habe dort Waffenbrüder verloren*» [25]. Герой цієї статті доповнює концепт воїна, який продовжує боротьбу попри знесиленість.

Травматичний досвід показаний також на прикладі оператора дронів Андрія, який розповів про пережите *Focus Online*. На контрасті з героями вище вказаних видань, історія цього бійця зосереджена на психоемоційному стані та пережитій травмі. Після втрати побратима, якого не могли врятувати через бойові дії, Андрій завів так званий «альбом жаху», в якому він почав малювати після цієї травматичної події, виводячи на папір почуття та страхи, які він зображує монстрами: «*Das sind die Gefühle, die ich empfinde. Die Monster, die ich zeichne, können nicht gefilmt oder fotografiert werden, aber sie sind seit zweieinhalb Jahren meine ständigen Begleiter*» [23]. Переживання болю та рефлексія – провідні риси його образу воїна.

З нової грані дозволяє відкрити образ українського бійця матеріал *Wiener Zeitung*, де героєм історії виступає снайпер на позивний Хімік. Військовий постає холоднокривним професіоналом, який дотримується свого коду честі. Його ставлення до своєї роботи може викликати суперечливі почуття. «*Meine Emotionen habe ich abgeschaltet*», – каже Хімік [31]. «*Wenn ich einen Schuss abfeuere, dann ist das so, als würde ich eine SMS-Textnachricht schicken*» [31]. Майстерність у своїй справі та холоднокривність до знищення цілі. Дві сторони однієї медалі – такий слід лишає снайпер в збірному образі українського воїна.

Один із вищезгаданих героїв історій показав своїм прикладом, що український боєць – це людина з важкими переживаннями, з якими, зрештою, можна впоратись незважаючи на обставини. У швейцарському виданні *Tages-Anzeiger* розповідається про логіста Володимира Тихонока, якого можна охарактеризувати через гумор та емоційну вразливість. «*Ohne Humor drehst du im Krieg durch*» – така життєва мудрість допомагає йому зберегти свій стан [26]. Разом з тим, ми бачимо його переживання за майбутнє України, його страх втрати Україною підтримки.

Образ українського воїна в англійських онлайн-виданнях. Говорячи про презентацію образу воїна в англійських виданнях, ми спостерігаємо спільні риси в представленні, але мусимо відмітити, що подається цей образ інакше. Так, одне із авторитетних онлайн-видань світу *The Economist* з початку війни публікувало матеріали, присвячені українським військовослужбовцям, в яких в деталях розповідалось про їх умови на фронті та інші труднощі. У щоденнику десантника, опублікованому на шпальтах видання, солдат постає як людина, що бореться з виснаженням, страхом, браком сну й водночас як воїн, який несе відповідальність за побратимів, приймає рішення та зберігає іронію навіть у критичних обставинах. Наприклад, стаття в виданні *The Economist* містить такий опис: «*I know this isn't the time to relax, but I can't help it. The warm sun of late summer has melted away my circumspection. My fellow soldiers, too, are resting on the ground. With their little camps scattered among the trees, they look like overgrown boy scouts*» [27]. В цих реченнях воїни показані звичайними стомленими війною та скрутою існування людьми. Побутові нотатки автора про копання окопу, імпровізовану вечерю, розмови з місцевими мешканцями, створюють ефект присутності та емпатії, дозволяючи читачеві відчути внутрішній світ воїна.

У статті про мобілізацію український солдат описаний уже в ширшому соціальному контексті – як частина армії, яка стикається з нестачею ресурсів, тиском з боку суспільства та непростими кадровими викликами. Але й тут образ не знеособлений: військовий постає як людина, здатна до критичного мислення, що розуміє ціну боротьби й відповідальність перед майбутніми поколіннями. Один з офіцерів каже: «*Many fathers are fighting precisely so their sons don't have to*» [28]. Фраза, яка передає глибину особистої мотивації і моральної позиції.

Видання *The New York Times* презентує українського воїна своїм читачам як високотреновану, технологічно обізнану та віддану військовій справі людину. Перед читачами постає людина, яка виконує свій обов'язок попри все, наприклад: «*We shoot until we are given the order to stop*» [30]. У світлі бойових завдань на фронті, українські військові представляються майстрами справи, які використовують дрони, тепловізори та тактичне маскування, поєднуючи інноваційний підхід та практичну винахідливість попри психологічну напругу, міни, снайперів, обстріли, постійну небезпеку для життя. В таких умовах підкреслю-

ється збереження дисципліни завдяки потужній мотивації: «*We are fighting for the right to live*» [30]. З усього цього утворюється образ воїна як професіонала з високою бойовою готовністю, глибоко вкоріненою моральною позицією та стійкістю.

Не лише як боєць на передовій, а й як учасник глибинних змін всередині військової системи постає український військовий перед аудиторією *Financial Times. Atmosphere of fear*, – так описав стан речей до свого призначення генерал Михайло Драпатий [21]. Незважаючи на негативний контекст, військовий піднімає при журналістах проблему байдужості до особового складу, складнощі в обміні зворотним зв'язком та дисципліну: «*Mutual cover-up and impunity are poison for the army. I tried to eradicate it from the ground forces*» [21]. Але важливо зазначити, що навіть у такому світлі подій, після трагедії, яка сталась на навчальному полігоні, образ українського військового постає перед читачами, швидше, в позитивному баченні, адже генерала показують особистістю, яка служить в умовах змін та викликів у сучасній армії. «*If tragedies repeat – it means my efforts were insufficient*», – таку цитату Михайла наводить видання [21].

Британський *The Guardian* висвітлює у своїй публікації історії молодих добровольців, чия самосвідомість направила їх до лав ЗСУ, пропри те, що вони ще навіть не досягли мобілізаційного віку. На відміну від попереднього героя історії, центральне місце відведене молодим людям від 18 до 24 років, які приймають рішення стати до лав захисників, приймаючи усі супутні ризики. Один з них, позивний Лунтік – боєць 92-ї бригади, якому усього 20 років, і він визнає: «*I know all the risks. I understand there is a situation where I might not come back*» [29]. У статті підкреслюється мотив героя, який полягає не в помсті за свого брата, а в захисті свого дому, при чому боєць ототожнює захист країни із захистом дому, у який увірвався злодій «*When the thief is coming to your house and*

you are afraid he might harm you or kill your wife, you will take actions and, if necessary, kill the thief» [29]. Інший новобранець на ім'я Володимир (22 роки), розповідає про своє рішення так: «*If my children ask me some day: 'Dad what were you doing during the war?' I just want to have a proper answer for them. I want them to understand I was defending my country*» [29]. В обох випадках, приклади військовослужбовців, наведених у статті – це приклади моральної відповідальності перед майбутніми поколіннями.

Висновки. Узагальнюючи розглянуте, можемо стверджувати, що як в німецькомовних, так і в англomовних онлайн-виданнях, образ українського воїна будується насамперед через особисті історії та прямі цитати, що створює ефект присутності та емпатії. Незалежно від мови публікації, автори видань уникають надмірної героїзації, навпаки – акцентують увагу на людських якостях, професіоналізмі та моральній стійкості.

У німецькомовних виданнях, як *Die Zeit, Tagesspiegel, Focus Online, Wiener Zeitung, Tages-Anzeiger*, образ українського солдата ґрунтується на особистих історіях, але помітно вирізняється зануренням у труднощі та травматичний досвід: нестача підготовки, емоційне вигорання, бюрократичні перепони, брак бойового духу.

В англomовних публікаціях, зокрема в *The Economist, The New York Times* чи *The Guardian*, український воїн у своєму образі постає високо-тренованим і технологічно обізнаним фахівцем, який водночас не втрачає здібності до критичного мислення, а також зберігає іронію в умовах бойових дій.

Таким чином, схожість між німецько- та англomовними підходами полягає в прагненні показати воїна як живу особистість із власними думками й емоціями, а відмінність – у тому, що німецькомовні медіа підкреслюють виклики та психологічні випробування, з якими стикаються українські солдати, тоді як англomовні – професіоналізм і технологічність.

Список літератури:

1. Белих О. М. Термінологічні словосполучення із стрижневим компонентом *KRIEG* та їх переклад на українську мову. *Академічні студії. Серія «Гуманітарні науки»*. 2024. Вип. 1. С. 40–46.
2. Белих О. М., Климюк М. П. Структурно-семантичні та перекладацькі особливості німецької військової термінології. *Актуальні питання іноземної філології*. 2022. Вип. 17. С. 11–19.
3. Гладченко А. М., Комарова О. С. Неологізація лексики у період російсько-української війни. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2023. Т. 34 (73). № 1, ч. 1. С. 7–13.
4. Грабовська І. М., Наливайко Л. Р., Талько Т. М. Роль засобів масової інформації України у формуванні ставлення спільноти до українського жіноцтва в армії та на війні. *Українознавчий альманах*. 2024. Вип. 34. С. 59–63.

5. Гудзь А. В. Жанрово-тематичні особливості контенту, який формує образ воїнів-захисників та захисниць України. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Т. 35 (74). № 1 (ч. 2). С. 173–179.
6. Кислюк К. В. Висвітлення російсько-української війни у дослідницьких статтях з міжнародних наукометричних баз SCOPUS та Web of Science за 2023 рік. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Філософія, культурологія, соціологія*. 2023. Вип. 26. С. 21–30.
7. Ладан Н. В., Поліщук Н. М. Лексична група «російсько-українська війна» у німецькій та українській пресі: словотвірний і стилістичний аспекти. *Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка – 2023» : тези доп. XXV Всеукр. наук. конф. молодих учених*. 2023. С. 1389–1391.
8. Лебідь Н. М. Наративи війни в українських ЗМІ в умовах повномасштабного вторгнення Росії. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2022. Т. 33 (72). № 5, ч. 2. С. 295–300.
9. Мамчич Д. Р. Лінгвостилістичні засоби формування позитивного іміджу захисника України в сучасних українських медіатекстах. *Молодий дослідник*. 2025. Вип. 6. С. 44–47.
10. Сукаленко Т. М., Шпетна С. А. Функціонування військового дискурсу в сучасному комунікативному просторі. *Acta Paedagogica Volynienses*. 2023. № 1. С. 96–102.
11. Хар М. Є. Воєнний дискурс: процеси неологізації. *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Т. 1 (24). С. 160–166.
12. Храбан Т. Є., Самойленко К. О. Висвітлення образів військовослужбовців в українських медіа в період російсько-української війни. *Український соціум*. 2023. № 2 (85). С. 145–167.
13. Царьова І. В. Сучасний воєнний дискурс: процеси неологізації. *Лінгвістика*. 2023. № 2 (48). С. 107–114.
14. Krouglov A. Russian invasion of Ukraine: analyzing linguistic means describing the enemy in Ukrainian media. *International Journal of the Sociology of Language*. 2025. Vol. 2025, № 293. P. 109–130. DOI: <https://doi.org/10.1515/ijsl-2024-0036>
15. Nikonova V. H. Metaphorical realization of the concept of war in English media texts. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Т. 35 (74). № 5, ч. 1. С. 161–166.
16. Nilsson P.-E., Hellström K. All Eyes on Ukraine: Strategic Communication in the Russo-Ukrainian War, 2023–2024 : report. Stockholm : FOI (Swedish Defence Research Agency), 2025. 118 p. (FOI-R--5758--SE). URL: https://www.researchgate.net/publication/392361095_All_Eyes_on_Ukraine_Strategic_Communication_in_the_Russo-Ukrainian_War_2023-2024 (дата звернення: 24.06.2025).
17. Tarnavska I. O. External media image of Ukraine (based on “The Guardian” materials). *International Journal of Innovative Technologies in Social Science*. 2019. Vol. 6, № 18 (September). P. 28–36.
18. Zalietok N. «Beauty is your duty?» The issue of appearance in Ukrainian media discourse about servicewomen. *Women's Studies International Forum*. 2025. – Vol. 112. URL: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-105006904706&origin=resultslist> (дата звернення: 11.06.2025).
19. Die Zeit. Content aus dem Schützengraben. URL: <https://www.zeit.de/digital/2024-06/soziale-medien-ukraine-krieg-soldaten-informationskrieg-telegram> (дата звернення: 14.06.2025).
20. Euronews Deutschland. «Sie können dich einfach holen»: Ukrainischer Soldat spricht über erzwungene Frontverlegung. URL: <https://de.euronews.com/my-europe/2024/12/17/ukraine-soldat-donezk-front> (дата звернення: 14.06.2025).
21. Financial Times. Ukrainian commander describes «culture of fear» in armed forces. URL: <https://www.ft.com/content/0552077d-0236-4268-96a9-711982323294> (дата звернення: 12.06.2025).
22. Focus Online. Ukrainer geben tiefen Einblick in Kursk-Offensive: «Der Kommandeur lächelte nur». URL: https://www.focus.de/politik/ausland/ukraine-krise/beitrag-unseres-partnerportals-economist-nach-dem-kursk-angriff-steht-ein-dramatischer-kriegsmoment-bevor_id_260238567.html (дата звернення: 14.06.2025).
23. Focus Online. Ukraine-Soldat findet nur einen Ausweg, um «nicht verrückt zu werden». URL: https://www.focus.de/politik/ausland/ukraine-krise/musste-tod-eines-freundes-mit-ansehen-ukraine-soldat-findet-nur-einen-ausweg-um-nicht-verrueckt-zu-werden_id_260009280.html (дата звернення: 14.06.2025).
24. Tagesspiegel. Ein ukrainischer Soldat packt aus «Als Veteran darf ich offener darüber sprechen, was an der Front passiert». URL: <https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/als-veteran-darf-ich-offener-daruber-sprechen-was-an-der-front-passiert-ein-ukrainischer-soldat-rechnet-mit-dem-militar-ab-12630305.html> (дата звернення: 14.06.2025).
25. Tagesspiegel. Ukraine-Invasion Tag 559: Ein ukrainischer Soldat spricht über die Schwächen der NATO-Ausbildung. URL: <https://www.tagesspiegel.de/internationales/ukraine-invasion-tag-559-ein-ukrainischer-soldat-spricht-uber-die-schwachen-der-nato-ausbildung-10422397.html> (дата звернення: 14.06.2025).

26. Tages-Anzeiger. Ukrainischer Soldat in Winterthur: «Ohne Humor drehst du im Krieg durch». URL: <https://www.tagesanzeiger.ch/ukrainischer-soldat-in-winterthur-ohne-humor-drehst-du-im-krieg-durch-920306134856> (дата звернення: 14.06.2025).
27. The Economist. The secret diary of a Ukrainian soldier: on the counter-offensive. URL: <https://www.economist.com/1843/2023/09/06/the-secret-diary-of-a-ukrainian-soldier-on-the-counter-offensive> (дата звернення: 12.06.2025).
28. The Economist. Ukraine is scrambling to find fresh fighters. URL: <https://www.economist.com/europe/2025/02/26/ukraine-is-scrambling-to-find-fresh-fighters> (дата звернення: 12.06.2025).
29. The Guardian. «I know I may not come back»: the young Ukrainians enlisting early to fight Russia. URL: <https://www.theguardian.com/world/2025/may/03/i-know-i-might-not-come-back-the-young-ukrainians-enlisting-early-to-fight-russia> (дата звернення: 12.06.2025).
30. The New York Times. Drones, Mines and Snipers: Ukraine's Front Line Is a World Away from Peace Talks. URL: <https://www.nytimes.com/2025/03/27/world/europe/ukraine-front-line-peace-talks.html> (дата звернення: 12.06.2025).
31. Wiener Zeitung. «Schießen ist wie eine SMS zu senden». URL: <https://www.wienerzeitung.at/h/schiessen-ist-wie-eine-sms-zu-senden> (дата звернення: 14.06.2025).

Bielykh O. M., Zeleniuk Y. V. COMPARISON OF THE IMAGES OF THE UKRAINIAN WARRIOR IN ENGLISH-LANGUAGE AND GERMAN-LANGUAGE ONLINE OUTLETS

The article is devoted to the study of the features of the image of the Ukrainian warrior, presented in German-language and English-language online publications, in order to identify the characteristic features of the modern warrior in two Germanic language systems, which have grammatical differences. Articles from leading media, such as Die Zeit, Tagesspiegel, Focus Online, Wiener Zeitung, Tages-Anzeiger (German-language), The Economist, The New York Times, The Guardian, and Financial Times (English-language) have been analyzed. Linguistic, structural, and pragmatic features of media images have been examined, with emphasis placed on how these features influence the audience's perception of the image of the modern soldier. After all, it is essential to convey the mental spirit of the modern average Ukrainian warrior, who defends 21st-century European values by reconquering his own territory, protecting state borders from a real enemy on the battlefield, in the trenches, rather than through diplomacy and negotiations. It is also important to convey the situation of battles and the real danger of war in those countries that, back in the 20th century, decided to adhere to international law, the rules of war, human rights, and defined borders and make the maximum contribution to the development of their countries, rather than unfounded military encroachments. The relevance of the research is outlined by the described provisions. Scientific works of Belykh, O. M., Gladchenko, A. M., Gudzia, A. V., Ladan, N. V., Mamchych, D. A., Nikonova, V. G., Polishchuk, N. M., Samoilenko, K. O., and Khraban, T. E., among others have been used as the theoretical basis. It was determined that both in German-language and in English-language publications, the image of the Ukrainian warrior is formed through personal stories, direct quotes, and detailed descriptions of the heroes, which creates the effect of presence and empathy. It was found that linguistic devices such as epithets (heroisch/heroic, unbezwingbar/indomitable), metaphors (Schild der Ukraine/shield of Ukraine), exclamatory sentences, and rhetorical questions shape a heroic and patriotic narrative aimed at mobilizing society and strengthening national unity. It is revealed in the article that German-language publications pay attention to personal difficulties, psychological trials, and traumatic experiences faced by Ukrainian soldiers. It was found, that the Ukrainian soldier is portrayed in the English-language media as a highly trained, technologically savvy professional with an ironic view of war that emphasizes his resilience and dedication. The results of the study can be taken into account in international communications, including foreign policy, as they contribute to cultural dialogue and support of solidarity with Ukraine, since the analysis of media images of the Ukrainian soldier helps to understand the mechanisms of public opinion formation about the war in Ukraine.

Key words: media image, peculiarities of the image, Ukrainian warrior, English-language outlets, German-language outlets.

Дата надходження статті: 27.09.2025

Дата прийняття статті: 15.10.2025

Опубліковано: 29.12.2025