

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЇ У МЕДІАЛІНГВІСТИЦІ.....	13
1.1 Фразеологізм як особливий вид мовного знака.....	13
1.2 Статус ідіом, крилатих висловів і афоризмів у фразеології.....	22
1.3 Теоретичні засади медіалінгвістики.....	32
Висновки до розділу 1.....	41
РОЗДІЛ 2. НОВІТНІ НАУКОВІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАОБРАЗІВ.....	42
2.1 Поняття «медіаобраз», «медіастереотип», «наратив» в лінгвістиці...	42
2.2 Інформаційні гібридні війни а маніпулятивні наративи. Їх роль у творенні медіаобразу.....	49
Висновки до розділу 2.....	67
РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНИЙ АНАЛІЗ МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	68
3.1 Джерела та методика добору емпіричного матеріалу.....	68
3.2 Домінантні медіаобрази України у німецькомовній пресі 2014 року.	69
3.3 Еволюція домінантних медіаобразів України у німецькомовній пресі 2022-2023 рр.....	79
3.4 Кількісний та змістовий аналіз текстового емпіричного матеріалу...	91
Висновки до розділу 3.....	97
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	98
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	100

## АНОТАЦІЯ

**Зенюк Андрій Олегович. Лексико-фразеологічні засоби творення медіаобразу України в німецькомовній пресі 2014-2023 рр.** Дипломна робота другого (магістерського) рівня вищої освіти. На правах рукопису. Спеціальність 035 Філологія. Спеціалізація 035.043 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – німецька. Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. Івано-Франківськ, 2024.

Робота присвячена дослідженню лексико-фразеологічних засобів творення медіаобразу України в німецькомовній пресі та їхній еволюції.

Актуальність дослідження полягає в тому, що медіаобраз України формується не тільки внутрішніми факторами, але й зовнішнім сприйняттям, зокрема через мовні засоби німецькомовної преси. Вивчення лексико-фразеологічних засобів, що використовуються для його створення, важливе, оскільки вони впливають на формування стереотипів та уявлення про Україну в німецькомовному середовищі. Це може мати наслідки для міжнародних відносин, економічної співпраці та загального іміджу країни. Тому виникає потреба дослідження медіаобразу України, його розуміння і сприйняття, щоб розуміти, що потрібно покращувати і змінювати.

Об'єктом дослідження виступають німецькомовні медіа та видання, які описують події в Україні і створюють її медіаобраз.

У роботі уточнено основні підходи до трактування поняття «фразеологізм», «медіаобраз», «медіастереотип», визначено підходи до їх класифікації, здійснено аналіз особливостей зміни лексичних засобів творення медіаобразу України від початку війни на Донбасі і до повномасштабної російської війни. Основна увага в роботі присвячена виявленню домінантних медіаобразів у 2014 році і їхня еволюція у 2022-2023 роках на матеріалах німецькомовних медіа.

**Ключові слова:** фразеологізми, медіаобраз, наративи, еволюція, російсько-українська війна.

## ZUSAMMENFASSUNG

**Andriy Senjuk. Lexikalische und Phraseologische Mittel zur Schaffung eines medialen Bildes der Ukraine in der deutschsprachigen Presse im Zeitraum 2014–2023.** Diplomarbeit der zweiten (Master-)Hochschulstufe. Manuskript. Fachbereich 035 Philologie. Spezialisierung 035.043 Germanische Sprachen und Literaturen (inkl. Übersetzung), Hauptfach – Deutsch. Nationale-Wassyl-Stefanyk-Vorkarpaten-Universität, Iwano-Frankiwnsk, 2024.

Die Arbeit ist der Untersuchung lexikalischer und Phraseologiemittel zur Schaffung eines medialen Bildes der Ukraine in der deutschsprachigen Presse und ihrer Entwicklung gewidmet.

Die Aktualität dieser Forschung liegt darin, dass das Medienbild der Ukraine nicht nur durch interne Faktoren, sondern auch durch die Außenwahrnehmung, insbesondere durch die sprachlichen Mittel der deutschsprachigen Presse, geprägt wird. Die Untersuchung der lexikalischen und Phraseologiemittel, die zu seiner Entstehung verwendet wurden, ist wichtig, da sie die Bildung von Stereotypen und Wahrnehmungen der Ukraine im deutschsprachigen Umfeld beeinflussen. Dies kann Folgen für die internationalen Beziehungen, die wirtschaftliche Zusammenarbeit und das Gesamtbild des Landes haben. Daher besteht die Notwendigkeit, das Medienbild der Ukraine, ihr Verständnis und ihre Wahrnehmung zu untersuchen, um zu verstehen, was verbessert und geändert werden muss. Gegenstand der Forschung sind deutschsprachige Medien und Publikationen, die Ereignisse in der Ukraine beschreiben und deren Medienbild bilden.

Die Arbeit spezifiziert die wichtigsten Ansätze zur Interpretation der Konzepte „Phraseologie“, „Medienbild“, „Medienstereotyp“, definiert Ansätze zu ihrer Klassifizierung, analysiert die Besonderheiten der Veränderung der

lexikalischen Mittel zur Schaffung eines Medienbildes der Ukraine vom Beginn des Krieges im Donbas bis zum umfassenden russischen Krieg. Der Schwerpunkt der Arbeit liegt auf der Identifizierung dominanter Medienbilder im Jahr 2014 und deren Entwicklung in den Jahren 2022–2023 in den Materialien der deutschsprachigen Medien.

**Schlagwörter:** Phraseologismen, Medienbild, Narrative, Evolution, russisch-ukrainischer Krieg.

## ВСТУП

**Актуальність** дослідження полягає в тому, що сучасний медіаобраз України визначається не лише внутрішніми факторами, але й зовнішнім сприйняттям, яке формується через мовні засоби німецькомовної преси. Особливо важливо вивчати лексико-фразеологічні засоби творення медіаобразу, оскільки вони впливають на уявлення та стереотипи, які формуються у німецькомовному суспільстві щодо України.

Останні роки свідчать про інтенсивний розвиток подій української політики та історії, таких як Революція Гідності, окупація Криму, війна на сході України, повномасштабне вторгнення російських військ на територію України, політичні зміни та реформи. У зв'язку з цим, роль іноземних ЗМІ, зокрема німецькомовних, стають важливим чинником для формування образу України в світі.

Особливу увагу слід звернути на вплив медіа на формування стереотипів та уявлень у німецькій аудиторії, оскільки це може впливати на міжнародні відносини, економічну співпрацю та загальний імідж країни. Дослідження лексико-фразеологічних засобів, які використовуються у німецькомовній пресі при описі подій в Україні, спрямоване на виявлення та аналіз мовних інструментів, які сприяють побудові медіаобразу, що, в свою чергу, визначає сприйняття та інтерпретацію подій іноземцями.

**Предметом дослідження** даної роботи є лексико-фразеологічні засоби, використовувані в німецькомовній пресі, які спрямовані на формування та визначення медіаобразу України в період з 2014 по 2023 роки. Медіаобраз є комплексним та багатограним концептом, який включає в себе культурні, політичні, економічні та соціальні аспекти. Ця робота фокусується на мовних засобах, що використовуються для побудови образу України в іноземній пресі, зокрема в контексті німецької мови.

Вибір об'єкта дослідження визначається необхідністю вивчення лінгвістичних інструментів, які використовуються для передачі та вираження подій, які відбувалися на території України в зазначений період. Основним завданням є розкриття специфіки мовленнєвих засобів, які використовують журналісти та редактори в німецькомовних ЗМІ для створення враження та визначення ставлення до подій в Україні.

У рамках об'єкта дослідження розглядаються не лише окремі слова та вирази, а й їхні комбінації та контекстуальне використання. Мовні структури досліджуються як важливий елемент медіаобразу, що сприймається та інтерпретується німецькомовною аудиторією. Такий підхід дозволяє визначити ключові лексико-фразеологічні засоби, які впливають на формування медіаобразу та визначення ставлення до України в зовнішній інформаційній сфері.

**Об'єктом дослідження** стають Der "Spiegel", "BILD" та інші німецькомовні медіа для даного дослідження щодо лексико-фразеологічних засобів творення медіаобразу України в період з 2014 по 2023 роки. Обрані видання визначаються своєю значущістю та впливом на сучасне суспільство та політику, а їхня роль у формуванні образу України є ключовою, оскільки вони є представниками німецькомовного інформаційного простору.

"Der Spiegel", як відомий аналітичний та інформаційний журнал, надає можливість вивчати глибинні аналітичні матеріали, які впливають на формування уявлення про Україну в німецькій громадськості та політичних колах. З іншого боку, "BILD" як представник популярної та масової преси має значення через своє широке охоплення аудиторії та важливість у формуванні загальних тенденцій у сприйнятті новин та інформації.

Розгляд об'єкта дослідження розпочинається з аналізу статей, інтерв'ю, репортажів та інших видань, які публікуються в зазначених медіа протягом визначеного періоду. Лексико-фразеологічні засоби, що

використовуються у цих матеріалах, вивчаються для виявлення специфіки мовленнєвих конструкцій, які визначають та структурують медіаобраз України для німецькомовної аудиторії. Підхід, що базується на дослідженні різних видань, дозволяє узагальнити тенденції та визначити ключові слова та вирази, що активно використовуються для визначення України в іноземному медіа просторі.

**Мета дослідження** полягає в ретельному аналізі та розкритті лексико-фразеологічних засобів, що формують медіаобраз України у німецькомовній пресі протягом періоду з 2014 по 2023 роки. Основною метою є визначення лінгвістичних інструментів, які впливають на створення уявлення, сприйняття та розуміння подій в Україні серед німецькомовної аудиторії.

Прагнучи досягти поставленої мети, дослідження спрямоване на виявлення та аналіз термінів, виразів та мовних конструкцій, які визначають ключові аспекти медіаобразу України. Детальний розгляд вживання мовленнєвих засобів у статтях, інтерв'ю, та інших публікаціях в німецьких медіа надасть можливість визначити тенденції у використанні слів та виразів, а також їхні конкретні семантичні відтінки.

Додатковою метою є виявлення можливих відмінностей у використанні мовних засобів різними виданнями та в різних жанрах, що може вплинути на різноманітність сприйняття інформації про Україну в німецькомовному інформаційному просторі. Розгляд лексико-фразеологічних засобів в контексті публікацій забезпечить глибоке розуміння того, як мова впливає на формування стереотипів, уявлень та емоцій, пов'язаних із зображенням України у німецькій пресі.

**Методологія дослідження** визначає стратегію, за допомогою якої будуть вивчатися лексико-фразеологічні засоби творення медіаобразу України в німецькомовній пресі з 2014 по 2023 роки. Для досягнення

поставлених завдань та висунутих гіпотез, використовуються різноманітні методологічні підходи.

- Аналіз засобів масової інформації

Перший етап дослідження включає аналіз статей, репортажів, інтерв'ю та інших публікацій в німецьких медіа. Засоби масової інформації виступають важливим джерелом даних, яке дозволяє виявити лексико-фразеологічні конструкції, використовувані для формування медіаобразу України. Ретельний аналіз текстів дозволяє визначити слова та вирази, що є ключовими в контексті створення уявлення про країну.

- Контент-аналіз

Застосування методу контент-аналізу дозволяє структурувати та систематизувати отримані дані. Вивчення частоти вживання конкретних слів та виразів дозволяє виявити мовні тенденції та створити кількісну базу для подальших висновків. Цей метод також дозволяє врахувати еволюцію мовленнєвих засобів протягом обраного періоду.

- Семантичний аналіз

Глибокий семантичний аналіз обраних лексико-фразеологічних одиниць визначає їхні значення. Цей метод допомагає розкрити тонкощі мовної експресії, а також виявити суб'єктивні аспекти використання мовних засобів для формування медіаобразу.

- Кількісно-якісний аналіз

Використання об'єднаних кількісних та якісних підходів дозволяє глибше зрозуміти вплив лексико-фразеологічних засобів на формування медіаобразу. Цей підхід дозволяє поєднувати статистичні дані з аналізом семантики та контексту.

- Порівняльний аналіз

Порівняння лексико-фразеологічних конструкцій в різних виданнях та типах текстів розкриє можливі різниці в підходах до формування медіаобразу. Цей підхід дозволяє враховувати різноманіття перспектив та стилів використання мовленнєвих засобів.

**Теоретична цінність.** Робота дозволяє глибоко вивчити лексико-фразеологічні конструкції, використовувані в німецькою мовою для опису та аналізу подій, пов'язаних з Україною. Цей аспект важливий для розуміння того, як мова впливає на сприйняття та інтерпретацію іноземною аудиторією складних подій та явищ.

Розгляд лексико-фразеологічних засобів у контексті медіаобразу України в німецькомовній пресі принесе важливі висновки щодо того, як українська культура та події сприймаються та відтворюються у німецькій інформаційній сфері.

Робота сприятиме розкриттю та розумінню особливостей мовленнєвих конструкцій у статтях, інтерв'ю та інших публікаціях, що відображають події в Україні. Це дозволяє визначити способи формування медіаобразу та вплив лексико-фразеологічних засобів на комунікативний контекст.

Результати дослідження можуть стати важливим внеском у підвищення рівня міжнародного розуміння та сприйняття інформації про Україну. Розуміння впливу мовленнєвих засобів на формування образу країни може служити основою для покращення комунікаційних стратегій між національними культурами.

**Практична цінність** виявляється у спроможності надати конкретні практичні висновки та впроваджені рекомендації в різноманітних сферах. Отримані результати можуть служити важливим джерелом для медійних агентств та інформаційних засобів, які прагнуть покращити свою комунікаційну стратегію стосовно подій в Україні. Врахування лексико-

фразеологічних особливостей у німецькомовній пресі дозволить агентствам ефективніше взаємодіяти з аудиторією та вибирати мовленнєві конструкції, що сприяють позитивнішому сприйняттю інформації.

Дипломатичні представники також виграють від цього дослідження, оскільки вони матимуть змогу краще розуміти, як мовленнєві засоби в німецькій пресі впливають на формування міжнародного сприйняття подій в Україні. Це може служити основою для розробки більш ефективних дипломатичних стратегій та підвищення рівня комунікації між країнами.

Результати дослідження можуть також використовуватися в освітніх та наукових цілях, сприяючи розширенню знань у галузі мовознавства та культурології. Вивчення лексико-фразеологічних засобів та їхнього впливу на медіаобраз може стати цінним матеріалом для викладання та дослідження в університетському середовищі.

**Новизна** дослідження визначається його унікальністю та внеском у розвиток лінгвістичної та медійної науки. Дана робота присвячена комплексному аналізу лексико-фразеологічних засобів, використовуваних для формування медіаобразу України в німецькомовній пресі у період з 2014 по 2023 роки.

Попередня відсутність детального погляду на лексико-фразеологічні конструкції, що використовуються в німецькій пресі для відтворення подій в Україні, робить дану роботу актуальною.

Інший аспект полягає у визначенні впливу лексико-фразеологічних засобів на формування стереотипів та образу України в німецькій аудиторії. Інноваційність полягає в тому, що робота спрямована на виявлення мовних механізмів, які визначають не лише інформаційну, але й емоційну складову медіаобразу.

Також важливим є діахронічний аспект дослідження, охоплюючи період з 2014 по 2023 роки. Саме цей проміжок часу визначений ключовими подіями для України, такими як Майдан, анексія Криму, події на сході країни та повномасштабне вторгнення Росії на територію України. Аналіз лексико-фразеологічних тенденцій протягом цього періоду дозволить визначити зміни у мовленнєвих стратегіях та їхній вплив на формування медіаобразу.

**Структура роботи.** Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури. Загальний обсяг роботи 94 сторінки друкованого тексту.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У першому розділі було розглянуто теоретичні засади дослідження фразеологізмів та їх ролі у формуванні медіаобразів.

Було проаналізовано фразеологізм як особливий вид мовного знаку, його структурні, семантичні та функціональні особливості. Визначено місце фразеологізмів у медіалінгвістиці та їх вплив на формування медіаобразу.

Досліджено статус ідіом, крилатих висловів та афоризмів у фразеології. Проаналізовано їх семантичні, прагматичні та функціональні аспекти. Розглянуто динаміку змін у використанні цих одиниць у медіа та їх роль у формуванні медіаобразу України.

Вивчено теоретичні засади медіалінгвістики, зокрема питання мови та мовлення у медіа, лінгвістичних особливостей медіатекстів, а також семіотичні аспекти медіа.

У першому розділі було закладено теоретичне підґрунтя для подальшого практичного аналізу фразеологізмів у медійному дискурсі та визначення їх ролі у формуванні медіаобразу України.

У другому розділі було проаналізовано новітні наукові підходи до вивчення медіаобразів та роль маніпулятивних наративів у їх формуванні.

Було досліджено базові поняття "медіаобраз", "медіастереотип" та "наратив" у контексті лінгвістики. Визначено їхнє місце в сучасній медіалінгвістиці та взаємозв'язки між цими концептами. Проаналізовано основні підходи до вивчення медіаобразів у сучасній науці.

Розглянуто феномен інформаційних гібридних воєн та їхній вплив на формування медіаобразів. Досліджено роль маніпулятивних наративів у конструюванні упередженого бачення подій та явищ. Проаналізовано основні прийоми викривлення реальності за допомогою цілеспрямованих медійних наративів.

У другому розділі було сформовано теоретико-методологічне підґрунтя для подальшого дослідження медійного образу України з урахуванням впливу маніпулятивних технологій. Це дасть змогу глибше проаналізувати медійні репрезентації України в німецькомовній пресі та виявити можливі викривлення у висвітленні українських реалій.

У третьому розділі було здійснено емпіричний аналіз медіаобразу України у німецькомовній пресі.

Було визначено джерела та методика добору емпіричного матеріалу. Для аналізу обрано провідні німецькомовні видання, а саме Frankfurter Allgemeine Zeitung, Die Zeit, Der Spiegel за 2014 та 2022-2023 роки. Виявлено домінуючі медіаобрази України у німецькій пресі 2014 року. Встановлено, що переважали негативні репрезентації України як слабкої, корумпованої держави.

Проаналізовано еволюцію медіаобразів України у 2022-2023 роках. Показано посилення позитивних образів України як жертви війни, що гідно чинить опір агресору.

Здійснено кількісний та якісний аналіз текстового матеріалу. Виявлено динаміку змін у частотності вживання певних лексем, оцінних суджень та фразеологізмів. Емпіричний аналіз дав змогу встановити тенденції у формуванні медіаобразу України та визначити чинники, що зумовили зміну домінуючих репрезентацій.