

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ**

**Кафедра прикладної лінгвістики**

На правах рукопису

**ЛУК'ЯНЧУК ОЛЕНА ВАСИЛІВНА**

**МОВА ВІЙНИ В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ  
МЕДІАДИСКУРСІ: СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНИЙ ТА  
КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ**

Спеціальність: 035 Філологія

Освітньо-професійна програма: Прикладна лінгвістика. Переклад і  
комп'ютерна лінгвістика.

Робота на здобуття освітнього ступеня «Магістр»

Науковий керівник:

**КАРПІНА ОЛЕНА ОЛЕКСАНДРІВНА,**

кандидат філологічних наук, доцент

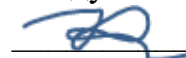
РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол № 5

засідання кафедри прикладної лінгвістики

від 25.11. 2025 р.

Завідувачка кафедри

 доц. Калиновська І.М

## АНОТАЦІЯ

Магістерська робота присвячена комплексному дослідженню мови війни в англomовному медіадискурсі та її впливу на формування масової свідомості. У роботі висвітлено теоретико-методологічні засади дослідження мови війни, проведено понятійно-термінологічний аналіз феномена, а також розглянуто еволюцію мовних репрезентацій війни у сучасних англomовних ЗМІ з історико-дискурсивної перспективи. Особлива увага приділена семантичним характеристикам мови війни, риторичним стратегіям та стилістичним засобам, які використовуються для впливу на сприйняття аудиторії.

У другому розділі здійснено аналітичний огляд структури та семантики мови війни, включно зі структурно-композиційним аналізом заголовків і інформаційних матеріалів про війну, семантичним аналізом ключових термінів, концептів і метафоричних моделей, а також вивчено механізми впливу мови війни на інтерпретацію інформації аудиторією.

Третій розділ присвячено комунікативно-прагматичним та стилістичним особливостям мови війни, зокрема функціям, прагматичним стратегіям мовців і експресивним засобам формування мови війни. На основі проведеного аналізу обґрунтовано взаємозв'язок між структурними, семантичними та прагматичними компонентами медіадискурсу, що визначає його ефективність у впливі на аудиторію.

Практичне значення роботи полягає у розробленні рекомендацій щодо аналізу та інтерпретації англomовних медіаматеріалів, а також у визначенні стратегій адаптації мовних і стилістичних засобів для формування адекватного та усвідомленого сприйняття мови війни.

**Ключові слова:** мова війни, медіадискурс, семантика, риторика, стилістика, комунікативно-прагматичні функції, англomовні ЗМІ, масова свідомість, інформаційний вплив.

## SUMMARY

The master's thesis is dedicated to a comprehensive study of the language of war in English-language media discourse and its influence on the formation of mass consciousness. The work presents the theoretical and methodological foundations for studying the language of war, conducts a conceptual and terminological analysis of the phenomenon, and examines the evolution of linguistic representations of war in contemporary English-language media from a historical-discursive perspective. Special attention is paid to the semantic features of war discourse, rhetorical strategies, and stylistic devices used to influence audience perception.

The second chapter provides an analytical overview of the structure and semantics of the language of war, including a structural-compositional analysis of headlines and news materials about war, a semantic analysis of key terms, concepts, and metaphorical models, as well as the study of linguistic mechanisms of war discourse influencing the audience's interpretation of information.

The third chapter focuses on the communicative-pragmatic and stylistic features of the language of war, including the functions of war discourse, pragmatic strategies of speakers, and expressive means of shaping war discourse. Based on the analysis, the interrelation between structural, semantic, and pragmatic components of media discourse, which determines its effectiveness in influencing the audience, is substantiated.

The practical significance of the study lies in the development of recommendations for analyzing and interpreting English-language media materials, as well as in identifying strategies for adapting linguistic and stylistic devices to form an adequate and conscious perception of war discourse.

**Key words:** language of war, war discourse, media discourse, semantics, rhetoric, stylistics, communicative-pragmatic functions, English-language media, mass consciousness, informational influence.

## ЗМІСТ

|                                                                                                         |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП .....                                                                                             | 5  |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ<br>МОВИ ВІЙНИ .....                                | 9  |
| 1.1. Понятійно-термінологічний аналіз феномена «мова війни» у сучасних<br>наукових студіях .....        | 9  |
| 1.2. Еволюція мовних репрезентацій війни в англomовних ЗМІ: історико-<br>дискурсивний аспект.....       | 14 |
| 1.3. Лексико-семантичні та стилістичні засоби формування мови війни....                                 | 19 |
| 1.4. Риторичні стратегії та їх роль у формуванні масової свідомості.....                                | 21 |
| Висновки до першого розділу .....                                                                       | 24 |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНИЙ ВИМІР СТРУКТУРИ ТА СЕМАНТИКИ МОВИ<br>ВІЙНИ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ .....     | 27 |
| 2.1. Структурно-композиційний аналіз заголовків та інформаційних<br>матеріалів про війну.....           | 27 |
| 2.2. Семантичний аналіз ключових термінів, концептів і метафоричних<br>моделей.....                     | 36 |
| 2.3. Мовні механізми впливу дискурсу війни на сприйняття та<br>інтерпретацію інформації аудиторією..... | 39 |
| Висновки до другого розділу .....                                                                       | 43 |
| РОЗДІЛ 3. КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ<br>ОСОБЛИВОСТІ МОВИ ВІЙНИ .....                      | 45 |
| 3.1. Комунікативно-прагматичні функції дискурсу війни.....                                              | 45 |
| 3.2. Прагматичні стратегії мовців у дискурсі війни.....                                                 | 52 |
| 3.3. Стилiстичні та експресивні засоби формування дискурсу війни .....                                  | 57 |
| Висновки до третього розділу .....                                                                      | 63 |
| ВИСНОВКИ.....                                                                                           | 65 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....                                                                        | 68 |

## ВСТУП

У сучасному світі мова відіграє ключову роль у формуванні суспільної свідомості, особливо в умовах військових конфліктів. Вона не лише відображає реальність, а й активно її конструює, впливаючи на сприйняття подій, формування політичних наративів та міжнародних відносин. Аналіз мови війни в англомовних засобах масової інформації дозволяє виявити механізми маніпуляції, пропаганди та впливу, що є надзвичайно актуальним у контексті сучасних глобальних викликів.

Засоби масової інформації, зокрема англомовні ЗМІ, мають потужний вплив на формування громадської думки. Через них поширюються не лише факти, а й інтерпретації подій, що визначають ставлення аудиторії до учасників конфлікту, його причин та наслідків. Мова, яка використовується в медіа, стає інструментом впливу, здатним змінювати сприйняття реальності та формувати певні уявлення про війну.

Дослідження мови війни охоплює широкий спектр аспектів: від лексичних та граматичних характеристик до стилістичних і риторичних прийомів. Важливу роль відіграють терміни з емоційним забарвленням, метафори, евфемізми та інші мовні засоби, які сприяють формуванню певних образів і наративів. Вивчення цих елементів дозволяє зрозуміти, як медіа конструюють реальність війни та впливають на сприйняття аудиторії.

Внесок українських лінгвістів – Б. Ажнюка [1], О. Демської [8], І. Галаси [4], С. Бузько [3], Н. Ізотової [10; 11; 12], Л. Колібаби [13], П. Дворянина [7], О. Герасименко [6], І. Рогальської-Якубової [16] та інших – створює цілісне наукове підґрунтя для аналізу структури, семантики й прагматики мови війни. Їхні праці демонструють, що мова війни – це не лише опис бойових дій, а й механізм формування колективної свідомості, цінностей і мовної самоідентифікації. Українська наукова традиція акцентує на поєднанні когнітивного, соціолінгвістичного й комунікативно-прагматичного підходів.

Дослідження зарубіжних учених, зокрема П. Бейкера та Т. МакЕнері [31], А. Белла [33; 34], П. Чілтона [38], А. Ходжеса [45], Г. Лакофа та М. Джонсона [52], Г. Креса та Т. ван Леувена [50], Н. Ферклоу [41], Т. Харкап та Д. О'Ніла [43], К. О'Галлоран та Б. Сміта [55], створюють міцну наукову базу для аналізу англomовного дискурсу війни. Їхні праці показують, що мова війни не обмежується простим висвітленням бойових подій, а є багатофункціональним засобом формування наративів, узаконення дій держав і коаліцій, конструювання моральних та етичних оцінок, а також впливу на емоційне та когнітивне сприйняття аудиторії. Зарубіжна наукова традиція інтегрує корпусні, когнітивні, соціокогнітивні та мультимодальні підходи, що дозволяє всебічно аналізувати взаємодію вербальних і візуальних засобів, метафор і стилістичних стратегій у створенні цілісного образу конфлікту та його учасників.

**Актуальність даної роботи** полягає у необхідності глибшого розуміння того, як мова війни впливає на наше сприйняття реальності, а також у виявленні механізмів, за допомогою яких медіа можуть формувати та змінювати суспільну думку. Результати цього дослідження можуть бути корисними для журналістів, медіа-аналітиків, фахівців з комунікацій та всіх, хто цікавиться питаннями інформаційного впливу та маніпуляцій.

**Мета дослідження** полягає у виявленні основних структурних, семантичних та прагматичних особливостей мови війни в англomовних ЗМІ, а також визначенні їхнього впливу на формування суспільної свідомості та міжнародних відносин.

#### **Завдання дослідження:**

1. Провести теоретико-методологічний аналіз поняття «мова війни» та її місця в сучасних наукових студіях.
2. Дослідити еволюцію мовних репрезентацій війни в англomовних ЗМІ з історико-дискурсивного аспекту.
3. Виявити семантичні характеристики мови війни та їх роль у формуванні масової свідомості.

4. Аналізувати риторичні стратегії та стилістичні засоби у формуванні дискурсу війни.
5. Провести структурно-композиційний та семантичний аналіз заголовків та інформаційних матеріалів про війну.
6. Дослідити мовні механізми впливу дискурсу війни на сприйняття та інтерпретацію інформації аудиторією.
7. Виявити комунікативно-прагматичні функції дискурсу війни та стилістичні засоби формування дискурсу війни.

**Методи дослідження** включають контент-аналіз, семантичний та стилістичний аналіз, критичний дискурсний аналіз, а також порівняльний аналіз. Ці методи дозволяють комплексно вивчити мовні особливості дискурсу війни та його вплив на аудиторію.

**Об'єктом дослідження** є англомовні засоби масової інформації, що висвітлюють військові конфлікти.

**Предметом дослідження** є структура та семантика мови війни, що використовується в цих ЗМІ.

**Наукова новизна роботи** полягає у комплексному аналізі мови війни в англомовних ЗМІ, що дозволяє виявити нові аспекти мовного впливу на суспільну свідомість та міжнародні відносини.

**Практична цінність дослідження** полягає у розробці рекомендацій для журналістів, медіа-аналітиків та фахівців з комунікацій щодо етичного та відповідального висвітлення військових конфліктів у медіа.

**Матеріал дослідження** складається з текстів англомовних новинних статей, репортажів, інтерв'ю та інших медіа-матеріалів, що висвітлюють військові конфлікти. Для аналізу були обрані авторитетні джерела з вільним доступом, зокрема *BBC News*, *The Guardian*, *The New York Times*, *CNN*, *Al Jazeera English*, *Reuters*, *The Washington Post*, *Financial Times*, *Politico* та *Voice of America* (VOA). Ці медіа висвітлюють події у різних регіонах світу, зокрема в Україні, на Близькому Сході та в інших гарячих точках, пропонуючи широкий спектр лексичних, семантичних і риторичних засобів, що дозволяє комплексно

досліджувати структуру та семантику мови війни, її вплив на громадську думку та формування міжнародних наративів.

Емпіричну базу дослідження становить спеціально сформований корпус із 150 англомовних медіатекстів про російсько-українську війну (відповідно 150 заголовків), дібраних із провідних міжнародних видань *BBC News*, *The Guardian*, *The New York Times*, *CNN*, *Al Jazeera English*, *Reuters*, *The Washington Post*, *Financial Times*, *Politico* та *Voice of America* за період лютий 2022 р. – жовтень 2024 р.

**Структура роботи** включає вступ, три розділи, висновки та список використаних джерел.

**Апробація.** Ключові теоретичні висновки та елементи практичного аналізу було представлено на IX Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих науковців «Лінгвістичні горизонти XXI століття» (4 листопада 2025 року). За матеріалами дослідження підготовлено та опубліковано тези доповіді під назвою «Лінгвальні особливості мови війни в англомовному медіадискурсі», у яких висвітлено основні тенденції функціонування лексичних та стилістичних засобів мови війни, а також окреслено специфіку їх інтерпретації в англомовних новинних текстах.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВИ ВІЙНИ**

### **1.1. Понятійно-термінологічний аналіз феномена «мова війни» у сучасних наукових студіях**

Мова війни виступає ключовим об'єктом дослідження у сучасній лінгвістиці, медіакомунікаціях та політичних науках, оскільки вона репрезентує комплекс мовних ресурсів, що застосовуються для опису, обґрунтування та цілеспрямованого впливу на сприйняття подій у контексті збройних конфліктів. Аналіз термінології та концептуальних засад, що визначають цей феномен, є необхідним для розкриття механізмів функціонування дискурсу війни, а також для оцінки його ролі у формуванні громадської думки, суспільних настроїв та політичних наративів [59; 41; 38].

Мова війни включає широкий спектр жанрів і стилістичних засобів, що використовуються для моделювання реальності конфлікту та створення конкретного емоційного і когнітивного впливу на аудиторію. До таких засобів належать спеціалізована військова термінологія, метафоричні конструкції, евфемізми та евфемістичні звороти, а також засоби оцінності, що дозволяють автору дискурсу позиціонувати учасників конфлікту як героїв або ворогів [51; 37]. Особливу увагу приділено використанню лексики, яка формує уявлення про загрозу, небезпеку та моральну правомірність військових дій, а також конструє образ «іншого» як агресора або ворога.

Критичним елементом мови війни є наративна стратегія, що спрямована на послідовне подання подій у спосіб, який підсилює емоційне залучення та формує певну інтерпретацію конфлікту. Такі наративи активно застосовуються у медіа, офіційних заявках урядових структур, а також у соціальних мережах, де відбувається швидке поширення інформації та її емоційне насичення [46; 61]. Через такі наративи суспільство отримує уявлення не лише про факти, а й про ціннісні орієнтири та моральну оцінку подій [38].

Водночас, мову війни не обмежено лише передачею фактичних даних про бойові дії; вона включає маніпулятивні практики, спрямовані на виправданість певних політичних рішень, формування колективної ідентичності та мобілізацію населення [58].

Дослідження мови війни також підкреслює її міждисциплінарний характер. Лінгвістичний аналіз поєднується з соціологічними, психологічними та політологічними методами для виявлення способів, за допомогою яких текст і мовленнєві практики конструюють уявлення про війну та «ворога», а також для оцінки їхнього впливу на прийняття рішень і поведінкові моделі аудиторії [41; 38]. Особливо важливим є дослідження когнітивних схем і культурних стереотипів, які активуються у дискурсі війни, що дозволяє зрозуміти механізми переконання та маніпуляції в умовах інформаційної війни.

Мова війни описує та передає інформації про конфлікти, та є потужним інструментом соціального та політичного впливу, що потребує системного та комплексного аналізу для розкриття її функцій, стратегій та наслідків у сучасному інформаційному суспільстві. У такий спосіб мова війни не лише описує дійсність, але й активно конструює її, впливаючи на суспільне сприйняття та інтерпретацію подій [60; 56].

Мова війни функціонує як інструмент соціальної регуляції, оскільки вона формує колективні уявлення про події та визначає межі допустимих оцінок учасників конфлікту. Вона здатна мобілізувати громадську підтримку або навпаки – створювати відчуження та страх, підсилюючи поляризацію суспільства [41].

Критичне вивчення мови війни передбачає аналіз її емоційної насиченості, маніпулятивного потенціалу та здатності формувати ідентичність «свій–чужий», а також виявлення стратегій обґрунтованості військових дій і створення умов для мобілізації суспільства. Підходи, розроблені у межах критичного дискурс-аналізу, надають можливість системно оцінювати, яким чином мова війни виконує свої функції в різних медіа та політичних контекстах, а також

простежити трансформації її семантичних і риторичних елементів у процесі комунікації.

Сучасні дослідження також звертають увагу на роль когнітивних і психологічних механізмів у сприйнятті мови війни [37]. Наприклад, через створення образів «героя» та «ворога» мовні конструкції формують чіткі моральні рамки, що впливають на емоційні реакції та готовність підтримувати певні політичні рішення або військові дії.

З розвитком цифрових медіа зростає значення візуального та мультимодального аспекту мови війни. Публікації у соціальних мережах, новинні відео, інфографіка та меми стають частиною дискурсу, де текст і образ працюють спільно для формування переконливих наративів [50]. Цей мультимодальний підхід підвищує швидкість поширення інформації та її емоційний вплив, а також ускладнює можливості критичної оцінки повідомлень аудиторією.

Окрім цього, міждисциплінарні дослідження підкреслюють значення політичного та соціокультурного контексту для розуміння мови війни. Вони дозволяють виявити, яким чином мовні практики можуть визнавати державну політику, мобілізувати населення або формувати міжнародні наративи, що впливають на зовнішню політику [34].

Мова війни постає як комплексний соціально-когнітивний феномен, а не просто сукупність лексичних та граматичних одиниць. Вона включає риторичні стратегії, дискурсивні структури та мультимодальні засоби, що разом формують наративи, здатні впливати на громадську думку, політичні рішення та міжнародні відносини. Системний і міждисциплінарний підхід до її вивчення є ключовим для розуміння механізмів інформаційного впливу у сучасному глобалізованому інформаційному просторі.

Мова війни розглядається як комплексний соціально-політичний феномен, що виходить за рамки простого інформування та активно впливає на формування громадської думки, легітимацію дій держав і міжнародних акторів, а також на конструювання глобальних інформаційних наративів.

Однією з основних характеристик мови війни є її емоційне навантаження. Використання термінів, таких як «агресор», «терорист», «героїзм», «жертва», сприяє формуванню певного ставлення до подій та учасників конфлікту. Це підтверджується дослідженнями, які виявили, що семантика військового дискурсу змінюється в залежності від політичної агенди медіа, що висвітлюють конфлікти. Крім того, мова війни часто застосовує евфемізми для пом'якшення жорстокої реальності конфліктів; наприклад, замість терміну «вбивство» можуть використовуватися вирази «ліквідація» або «нейтралізація», що дозволяє зменшити моральний тиск на аудиторію та створити більш прийнятний образ військових дій [44].

У сучасних наукових дослідженнях мова війни аналізується з різних теоретичних позицій. Критичний дискурс-аналіз (*Critical Discourse Analysis, CDA*) фокусується на вивченні відносин влади та ідеології через призму мови, дозволяючи простежити, яким чином лексика, структура та риторика конструюють соціальні й політичні реалії [58].

Ще одним важливим аспектом мови війни є її здатність формувати колективну ідентичність та соціальні позиції аудиторії. Через спеціалізовану лексику, оцінні терміни та риторичні фігури конструюються образи «своїх» і «чужих», що підсилює відчуття солідарності або, навпаки, ворожості серед різних груп населення [60]. Мова війни не лише відображає події, а й активно впливає на сприйняття моралі, справедливості та авторитетності дій державних і недержавних акторів.

Мова війни виступає складним комунікативним та соціально-психологічним феноменом, що об'єднує лексичні, стилістичні та риторичні засоби для формування певних уявлень про конфлікт, конструювання моральних оцінок та впливу на громадську думку. Її дослідження є критично важливим для розуміння механізмів інформаційного впливу, маніпуляції суспільною свідомістю та обґрунтованості політичних і військових рішень у сучасному глобальному медіа-просторі.

Сучасний підхід до вивчення мови війни передбачає не лише лінгвістичний аналіз окремих текстів, а й системне дослідження великих корпусів медіа-матеріалів. Корпусний аналіз дозволяє виявляти повторювані лексичні та граматичні патерни, які формують наративи конфлікту та підсилюють емоційний вплив на аудиторію. За допомогою таких інструментів можна простежити частоту вживання термінів із негативним або позитивним забарвленням, визначити домінантні метафори, евфемізми та засоби оцінності, а також оцінити, яким чином вони корелюють із політичними чи ідеологічними цілями медіа [48; 49].

Особливо ефективним є поєднання критичного дискурс-аналізу та корпусного підходу, що дозволяє дослідникам виявляти приховані стратегії маніпуляції та репрезентації «своїх» і «чужих». Такий підхід показує, як мовні конструкції формують моральні оцінки, легітимізують або дискредитують учасників конфлікту, а також сприяють емоційній мобілізації населення [57]. Наприклад, аналіз новинних матеріалів *Reuters* про торговельну війну між США та Китаєм показав, що певні терміни та оцінні конструкції систематично підсилюють уявлення про загрозу, агресію та національні інтереси, формуючи домінантні наративи, які впливають на сприйняття конфлікту аудиторією.

Вивчення мови війни має важливе практичне значення для розвитку медіа-грамотності та критичного мислення. Розуміння того, як лексика, риторика та структурні особливості текстів впливають на сприйняття подій, дозволяє аудиторії оцінювати інформаційні потоки критично, розпізнавати маніпуляції та формувати обґрунтовану позицію щодо конфліктів. Це особливо актуально у сучасному глобалізованому інформаційному середовищі, де медіа-дискурси швидко поширюються, а вплив на громадську думку та політичні рішення є значним [54].

Таким чином, мова війни є багатогранним соціально-комунікативним феноменом, що поєднує інформативну, маніпулятивну та мобілізуючу функції, а її аналіз за допомогою корпусних та критичних методів створює науково

обґрунтовану основу для оцінки політичних, соціальних та психологічних процесів у сучасному медіа-просторі.

## **1.2. Еволюція мовних репрезентацій війни в англomовних ЗМІ: історико-дискурсивний аспект**

Дослідження мовних репрезентацій війни в англomовних засобах масової інформації (ЗМІ) має давню історію і пов'язане з розвитком журналістики, політичної комунікації та медіа-аналітики. Англomовні медіа завжди відігравали ключову роль у конструюванні наративів воєнних конфліктів, оскільки вони формують як внутрішню, так і міжнародну аудиторію, створюючи уявлення про «своїх» та «чужих», обґрунтовуючи дії держави та впливаючи на суспільну думку. Аналіз історії медіа-дискурсу дозволяє простежити зміни у способах репрезентації війни, які зумовлені соціальними, політичними, технологічними та культурними трансформаціями.

У класичній журналістиці кінця XIX – початку XX століття військові конфлікти висвітлювалися переважно у вигляді фактографічних повідомлень із домінуючою нейтральною або героїчною тональністю. Наприклад, висвітлення Першої світової війни у британських та американських газетах включало детальні репортажі з фронту, які поєднували інформаційний характер із патріотичною риторикою, підкреслюючи героїзм солдатів та національну солідарність [41]. Лексика тих часів акцентувала військові доблесті, дисципліну та страждання цивільного населення, при цьому політичні аспекти конфліктів залишалися опосередковано представленими, а критика урядів була рідкістю через цензуру та редакційну політику.

У середині XX століття, з розвитком радіо, телебачення та міжнародної журналістики, мовні репрезентації війни почали набувати більш складної структури. Висвітлення Другої світової війни та Корейського військового конфлікту показало активне використання пропагандистських стратегій: формування образів ворога, емоційне забарвлення лексики, застосування

термінів «окупант», «жертва». Ці стратегічні мовні прийоми дозволяли не лише інформувати, а й мобілізувати населення, виправдовуючи військові дії та підсилювати національні наративи [59]. Поява телебачення та фотожурналістики також додала візуальний вимір до дискурсу, підсилюючи емоційний ефект та змінюючи способи сприйняття конфліктів аудиторією.

В епоху кінця XX – початку XXI століття англomовні ЗМІ стали ключовим елементом глобальної інформаційної системи, де мова війни інтегрує текстові, візуальні та аудіальні форми комунікації. Висвітлення війн у Перській затоці (1990–1991), на Балканах та в Іраку демонструє значну роль медіа у формуванні міжнародних наративів, часто через вибіркове подання фактів, застосування евфемізмів, метафор і оцінних суджень. Наприклад, термін «миротворчі операції» створюють позитивне забарвлення військових дій [37].

Сучасний цифровий медіа-дискурс, який включає онлайн-новини, соціальні мережі та мультимедійні платформи, значно прискорює та ускладнює процеси конструювання наративів. В англomовних медіа мова війни інтегрує мультимодальні елементи: текст, відео, інфографіку, меми, що створює потужний емоційний та когнітивний ефект на аудиторію [33]. Аналіз сучасних корпусів новин показує, що ключові патерни репрезентації війни залишаються стабільними – підкреслення загрози, визнання дій держави, формування образу «іншого», – однак вони адаптуються до цифрового середовища, зокрема через хештеги, вірусні відео та швидке поширення інформації.

Б. Ажнюк у своїй праці «Мовна політика в Україні (перша чверть XXI ст.)» [1] аналізує динаміку мовної ситуації та її взаємозв'язок із воєнним і політичним контекстом. Учений розглядає мову як інструмент ідентичності та опору, підкреслюючи, що в умовах війни мовна політика стає складовою інформаційного фронту. Дослідник акцентує, що формування українського дискурсу війни неможливе без усвідомлення соціолінгвістичних процесів, які визначають статус української мови як символу державності та стійкості. Його ідеї корисні для обґрунтування ролі мови як чинника національної безпеки й складової семіотичного простору війни.

С. Бузько у статті «Поповнення словникового складу сучасної української мови неологізмами воєнного періоду» [3] здійснює детальний аналіз лексичних інновацій, що виникли після 2022 року. Авторка систематизує нові слова на позначення реалій війни – як офіційно-медійних (наприклад, деокупація, рашизм, безпілотник), так і розмовно-соціальних (коптер, бавовна). Вона вказує, що неологізми не лише збагачують словниковий склад, а й відображають емоційно-оціночну реакцію суспільства на події, стаючи вираженням колективної пам'яті та самоідентифікації. Для аналізу семантики мови війни ця праця важлива тим, що демонструє, як нові слова кодують досвід війни та формують специфічну прагматику мовлення.

У статті «Неологізми російсько-української війни: аналіз та специфіка використання» [6] О. Герасименко та С. Кобзарь досліджують функціонування нових воєнних термінів і жаргонізмів у масмедійному та інтернет-дискурсі. Вони підкреслюють, що неологізми виконують прагматичну функцію згуртування спільноти, оскільки спільні мовні маркери формують символічну єдність. Автори виокремлюють типові моделі словотворення (скорочення, калькування, метафоризацію) і вказують на появу нових семантичних полів, зокрема пов'язаних із технологіями війни (дрон, FPV, оператор). Їхній аналіз дозволяє зрозуміти, як мова адаптується до воєнної реальності, створюючи нові смислові горизонти.

І. Рогальська-Якубова у статті «Неологізми тематичної групи “війна” в українському інтернет-дискурсі» [16] досліджує лексичну динаміку та мовну креативність користувачів соцмереж. Вона зазначає, що інтернет-комунікація продукує нові мовні коди, які поєднують гумор, сарказм і патріотизм (рашист, орк, бавовна, русня). На її думку, така лексика не лише відображає реальність, а й виконує психотерапевтичну функцію, допомагаючи колективно пережити травматичний досвід війни.

О. Руда [18; 19; 20] у своїх дослідженнях наголошує на специфіці навколомовного дискурсу під час російсько-української війни, зазначаючи, що медійні тексти створюють унікальний мовний простір, який поєднує традиційні

лексичні й стилістичні засоби з новими комунікативними практиками. Зокрема, дослідниця підкреслює, що прецедентність мовних одиниць у дискурсі війни дозволяє створювати смислові ланцюги, які легко впізнаються аудиторією та підсилюють емоційний ефект повідомлення. Це стає особливо актуальним у контексті англomовних медіа, де такі смислові маркери можуть транслюватися на глобальний рівень.

П. Дворянин аналізує структуру українського медійного дискурсу у період гібридної війни [7]. Автор визначає ключові дискурсивні домінанти – захист, правда, героїзм, агресія, свобода – і показує, як вони реалізуються через жанрову різноманітність повідомлень. Процеси неологізації є ще одним ключовим аспектом сучасного дискурсу війни. І. Царьова [27; 28] зазначає, що створення нових лексичних одиниць у текстах медіа відображає актуальні реалії конфлікту та дозволяє швидко адаптувати мову до змінної ситуації на фронті та у суспільстві. Аналогічно, О. Герасименко та С. Кобзарь [6] досліджують неологізми російсько-української війни, аналізуючи їхню специфіку та функції у формуванні інформаційної стратегії. Вони підкреслюють, що нові терміни виконують не лише описову, а й експресивну роль, активно впливаючи на емоційне сприйняття читача або глядача.

С. Романюк [17] акцентує увагу на медійно-дискурсивному просторі сучасної України, де взаємодіють різні жанри та стилі, створюючи багатовекторну репрезентацію війни. Він вказує на інтеграцію художніх, публіцистичних та аналітичних текстів, що дозволяє формувати комплексне уявлення про конфлікт. Н. Ізотова та С. Потапенко [12] розглядають український дискурс війни як полілог жанрів і стилів, підкреслюючи його інтердискурсивний характер, що збагачує семантичну структуру текстів та дозволяє ефективніше передавати складні смисли і настрої.

Емоційний вплив медіа також є важливою складовою мови війни. С. Супрун [25] у своїх дослідженнях вводить поняття «мова перемоги», яка підсилює позитивну ідентичність своєї сторони конфлікту та мотивує аудиторію до певних дій. О. Ситенька [22] звертає увагу на сенсуалізацію дискурсу війни

як форму емоційного впливу на читачів і глядачів, що особливо актуально для міжнародних медіа, де емоційне забарвлення повідомлень може змінювати сприйняття конфлікту. О. Тараненко [26] розглядає додання евфемізації у дискурсі війни, наголошуючи, що точність передачі реалій війни є критично важливою для прозорого та адекватного інформування аудиторії.

Особливу увагу сучасні дослідники приділяють англomовним медіа, оскільки вони формують глобальні наративи та стандартизовану репрезентацію війни. І. Галаса [4] підкреслює, що англomовні тексти створюють певний «мовний образ війни», який може відрізнитися від локальних дискурсів, транслуючи певну політичну та культурну перспективу. Це робить актуальним детальний аналіз структури та семантики мови війни в англomовних ЗМІ, що дозволяє виявити як універсальні закономірності, так і специфічні лінгвокультурні особливості, притаманні глобальному дискурсу війни.

Історико-дискурсивний аналіз англomовних медіа дозволяє простежити, як мовні репрезентації війни змінюються під впливом технологічних інновацій, політичних змін та соціокультурних трансформацій. Водночас він показує сталість певних стратегій: використання оцінних термінів, евфемізмів, метафоричних конструкцій та наративів «своїх» і «чужих». Такі стратегії дозволяють ЗМІ не лише передавати інформацію, а й конструювати соціальну реальність, впливати на громадську думку та міжнародні політичні процеси [47; 53].

Еволюція мовних репрезентацій війни в англomовних ЗМІ демонструє поступовий перехід від фактографічного та патріотично забарвленого дискурсу до комплексного мультимодального інформаційного середовища, де мова війни інтегрує когнітивні, емоційні та політичні елементи. Історико-дискурсивний підхід дозволяє розуміти не лише зміни у стилі та лексиці, а й способи впливу медіа на аудиторію та формування глобальних наративів про конфлікти. Це підкреслює важливість міждисциплінарних досліджень, що поєднують лінгвістичний, соціологічний та політологічний аналіз для осмислення ролі англomовних ЗМІ у репрезентації війни.

### 1.3. Лексико-семантичні та стилістичні засоби формування мови війни

Мова війни є особливою сферою комунікації, яка не лише передає інформацію про військові дії, а й активно формує уявлення аудиторії про події, учасників конфлікту та моральну оцінку цих дій. Однією з ключових характеристик мови війни є її семантична специфіка, яка проявляється у виборі лексики, використанні метафор, евфемізмів, термінів із моральною та політичною оцінкою. Семантика війни не є нейтральною: вона спрямована на формування певних наративів, підкріплення політичних позицій та мобілізацію масової свідомості [60].

Серед основних семантичних характеристик мови війни слід виділити поляризацію образів «свій–чужий». В англomовних ЗМІ терміни «агресор», «терорист», «окупант» відокремлюють «ворога» та створюють уявлення про загрозу, тоді як лексика на кшталт «захисник», «миротворець», «герой» формує позитивний образ «своїх». Така семантична поляризація дозволяє маніпулювати емоційними реакціями аудиторії, формувати відчуття солідарності та підтримки певних політичних рішень [32].

Важливим семантичним інструментом є використання евфемізмів та нейтрально-забарвлених термінів, які пом'якшують сприйняття жорстоких дій та втрат серед цивільного населення. Наприклад, замість слова «вбивство» у медіа можуть застосовуватися терміни «ліквідація», «нейтралізація» або «колатеральні втрати» [35]. Подібні мовні практики дозволяють зменшити моральний тиск на аудиторію, створюючи більш прийнятний образ воєнних дій та легітимізуючи політичні рішення.

Метафоричні конструкції також є важливим засобом семантичної інтенції мови війни. В англomовних медіа війна часто описується через просторові, механічні або спортивні метафори: «фронт битви», «стратегічний прорив», «атака на позиції ворога». Ці метафори не лише полегшують сприйняття складних подій, а й активізують когнітивні схеми, які формують уявлення про конфлікт як про боротьбу добра і зла, що в свою чергу посилює емоційне

залучення та суспільну підтримку [36].

Особливе значення має семантика страху та загрози, яка дозволяє конструювати уявлення про небезпеку та необхідність протидії. Часте використання термінів із негативним оцінним забарвленням («терористична загроза», «напад», «агресія») формує у свідомості аудиторії відчуття тривоги та мобілізує на підтримку рішень влади. Водночас семантика героїзму та самопожертви («захисник нації», «солдат-герой») створює позитивну ідентичність «своїх» і підкріплює колективну ідентичність [40].

Сучасні цифрові медіа додали до семантики мови війни нові виміри: меми, відеоролики, хештеги та мультимодальні тексти інтегрують вербальні й візуальні засоби для створення комплексних наративів. Дослідження показують, що мультимодальні тексти підсилюють емоційний ефект і прискорюють поширення певних наративів, зокрема страху, солідарності або ненависті до ворога [42]. Семантичні патерни залишаються тими ж – акцент на загрозі, визнання дій держави, поляризація образів «свій–чужий», – але швидкість і масштаб їхнього впливу значно зростають у цифровому середовищі.

Метафоричні конструкції є ще одним важливим інструментом риторики війни. Метафори війни як «боротьби добра зі злом», «шахової гри» або «полум'яного фронту» створюють когнітивні рамки, що спрощують сприйняття складних подій та надають їм визначеної моральної забарвленості. Дослідження [37] підкреслює, що метафори не лише описують реальність, а й формують її, впливаючи на поведінку та емоційний стан аудиторії. Подібні стратегії активно застосовуються у медіа-репортажах, політичних промовах та офіційних заявах урядових структур, де завданням мовленнєвого впливу є мобілізація, визнання дій та підтримка національної солідарності.

Стилістичні засоби, такі як епітети, повтори, інверсії та гіперболи, також відіграють важливу роль у формуванні дискурсу війни. Вони підсилюють емоційне забарвлення текстів, створюють ефект присутності та залучають аудиторію до певної інтерпретації подій. Наприклад, повторення слів «загроза», «небезпечний», «ворог» у новинних репортажах або політичних промовах

формує стійкі когнітивні асоціації та посилює емоційну реакцію [60].

Дослідження мови війни демонструють, що семантичні характеристики є не лише засобом передачі інформації, а й інструментом управління суспільною свідомістю. Вони формують когнітивні та емоційні рамки сприйняття конфліктів, визначають моральну оцінку дій учасників та сприяють обґрунтованості політичних і воєнних рішень. Використання семантичних стратегій у медіа-дискурсі дозволяє створювати стійкі наративи, що впливають на масову свідомість у довгостроковій перспективі, формуючи уявлення про «свій» і «чужий», добро і зло, загрозу і безпеку [39].

Отже, семантичні характеристики мови війни відіграють ключову роль у конструюванні наративів конфлікту та формуванні масової свідомості. Аналіз лексики, метафор, евфемізмів і термінів із оцінним забарвленням дозволяє виявити механізми впливу на емоції, моральні оцінки та політичні позиції аудиторії. Це підкреслює необхідність міждисциплінарного підходу до вивчення мови війни, який поєднує лінгвістичні, психологічні та соціологічні методи для комплексного розуміння її ролі в сучасному інформаційному суспільстві.

#### **1.4. Риторичні стратегії та їх роль у формуванні масової свідомості**

Мова війни є багатогранним соціально-комунікативним явищем, що поєднує інформаційні, емоційні та політичні функції мови. Одним із ключових аспектів його дослідження є виявлення риторичних стратегій та стилістичних засобів, за допомогою яких конструюється наратив конфлікту, формуються оцінки подій та легітимізуються дії політичних і військових акторів. Риторика війни включає як вербальні засоби – лексичні, синтаксичні та семантичні одиниці, так і структурні та композиційні прийоми, що визначають спосіб подання інформації та вплив на сприйняття аудиторії [60].

Однією з основних риторичних стратегій є створення образу «свого» та «чужого». Лексичні маркери, такі як «терорист», «герой», «жертва», активно

використовуються для формування моральної оцінки учасників конфлікту. Подібна семантична поляризація дозволяє маніпулювати сприйняттям аудиторії, підкреслюючи правомірність дій однієї сторони та аморальність іншої [47]. Евфемізми, як «ліквідація», «нейтралізація» або , зменшують емоційний вплив жорстоких подій, створюючи більш прийнятний образ війни та зменшуючи моральний тиск на громадськість [44].

Наративні стратегії є додатковим рівнем впливу. Вони дозволяють будувати послідовні історії конфлікту, акцентуючи увагу на ключових моментах та формуючи логіку подій відповідно до певної політичної або ідеологічної позиції. У цьому контексті важливу роль відіграє сюжетна організація матеріалів: вступ з описом загрози, конфліктна частина з деталями бойових дій та фінальна частина з моральним або політичним висновком. Така структура створює послідовний та переконливий наратив, що сприяє емоційному залученню та формуванню бажаної інтерпретації [46].

Мова війни у сучасних англomовних ЗМІ демонструє тісний зв'язок між вербальними та мультимодальними засобами. Використання фото, відео, інфографіки та аудіо-повідомлень у поєднанні з текстовими матеріалами посилює риторичний ефект і створює комплексний дискурс, що максимально впливає на сприйняття аудиторії. Дослідження [48] показує, що мультимодальні наративи формують уявлення про конфлікт, підкреслюють образ «агресора» або «жертви» та активують емоційні та когнітивні реакції аудиторії.

Риторичні стратегії та стилістичні засоби є невід'ємною частиною дискурсу війни. Вони дозволяють конструювати образи «свого» та «чужого», визнавати політичні та військові дії, мобілізувати громадську думку та впливати на емоційний стан аудиторії. Використання метафор, евфемізмів, оцінних термінів та наративних структур демонструє, що мова війни є не лише засобом інформування, а потужним інструментом соціального, політичного та психологічного впливу [41].

У підсумку, аналіз риторичних стратегій дозволяє не лише виявити механізми формування наративів, а й зрозуміти, яким чином мова війни впливає

на суспільну свідомість, узаконюючи дії держав та міжнародних акторів, а також сприяє формуванню стійких уявлень про конфлікти у сучасному інформаційному просторі.

## Висновки до першого розділу

Мова війни — складний соціолінгвістичний, комунікативний та ідеологічний феномен, що відображає взаємозв'язок мови, влади, політики та масової свідомості. Поняття «мова війни» в сучасних наукових студіях має міждисциплінарний характер й охоплює аспекти лінгвістики, когнітивної семантики, медіадискурсу, психології сприйняття та соціальної комунікації. Науковці трактують мову війни не лише як сукупність лексичних засобів, притаманних воєнній тематиці, але й як дискурсивну систему, що формує певну картину світу, нав'язує цінності та моделює ставлення суспільства до конфлікту.

Проведений понятійно-термінологічний аналіз дозволив встановити, що мова війни виступає інструментом конструювання соціальної реальності, у якій слова набувають функції зброї — впливають на мислення, емоції та поведінку людей. Дослідники підкреслюють, що у дискурсі війни мова стає засобом обґрунтованості дій, виправдання насильства, мобілізації населення, а також створення образу ворога й героїзації «своїх». Важливою є теза про семантичну поляризацію — протиставлення «ми — вони», яке визначає риторичну та інтерпретаційні рамки повідомлень.

Історико-дискурсивний аналіз еволюції мовних репрезентацій війни в англомовних засобах масової інформації показав, що від часів Першої та Другої світових воєн до сучасних конфліктів (зокрема, війни в Іраку, Афганістані, Україні) відбувається поступова зміна комунікативних стратегій і стилістичних моделей опису воєнних подій. Якщо в традиційних медіа ХХ століття переважала офіційно-патріотична та пропагандистська риторика, то сучасний журналістський дискурс набув більшої різноманітності, включаючи аналітичні, емоційно забарвлені, гуманітарні та антивоєнні інтерпретації. Водночас, спостерігається тенденція до гуманізації образу жертви, акцентування на долях мирного населення, а також критичне осмислення політичних рішень, що призводять до воєнних дій.

У сучасному англомовному медіадискурсі зберігаються сталі метафоричні

схеми, які виконують когнітивну функцію впорядкування реальності. Зокрема, активно використовуються метафори «війна як гра», «війна як хвороба», «війна як театр» чи «війна як очищення», які дозволяють спростити сприйняття складних політичних процесів. Вони сприяють формуванню певних емоційних реакцій у масовій свідомості – страху, обурення, гордості чи співчуття. Саме тому мова війни є не лише інструментом опису, а й засобом емоційно-когнітивного впливу, що забезпечує стійкість ідеологічних конструктів.

Семантичний аналіз показав, що лексичні одиниці мови війни характеризуються високим рівнем емоційності, оцінності та символічності. Часто використовуються евфемізми, які маскують справжню природу подій, або ж навпаки – гіперболізовані вирази, що підсилюють вплив на аудиторію. Мова війни постає як система семантичних виборів, у яких кожне слово стає носієм політичного підтексту та емоційної настанови.

Особливе значення у формуванні мови війни мають риторичні стратегії та стилістичні засоби, за допомогою яких медіа структурують інформацію і спрямовують громадську думку. Найпоширенішими є стратегії драматизації, героїзації, демонізації противника, апеляції до колективної пам'яті та національної ідентичності. Використання риторичних запитань, антитез, повторів, метафор, іронії чи алюзій сприяє підсиленню емоційного впливу та створює ефект автентичності висловлювання. Зокрема, у публікаціях провідних англomовних медіа часто спостерігається поєднання фактологічної точності з експресивними елементами, що дозволяє досягти балансу між інформаційністю та впливовістю.

Підсумовуючи результати теоретико-методологічного аналізу, можна зробити висновок, що мова війни є складним багатовимірним феноменом, який поєднує когнітивні, комунікативні, соціокультурні та етичні виміри. Вона не лише відображає реальність, а й активно її формує, створюючи рамки сприйняття, категоризації та оцінки воєнних подій. Через мовні засоби відбувається трансляція ідеологічних позицій, конструювання колективної ідентичності, а також маніпулювання емоційним станом масової аудиторії. Саме

тому дослідження мови війни є важливим для розуміння механізмів впливу медіа на суспільну свідомість у період воєнних конфліктів і для розвитку критичного мислення у сприйнятті воєнних наративів.

Проведений аналіз створює теоретичне підґрунтя для подальшого дослідження практичних аспектів відтворення мови війни в англомовних медіатекстах та їх перекладах, дозволяючи простежити, яким чином лінгвістичні, семантичні та риторичні чинники формують сучасний дискурс війни і впливають на масову свідомість.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНИЙ ВИМІР СТРУКТУРИ ТА СЕМАНТИКИ МОВИ ВІЙНИ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

### 2.1. Структурно-композиційний аналіз заголовків та інформаційних матеріалів про війну

У сучасному інформаційному середовищі мова відіграє ключову роль у формуванні суспільної свідомості, особливо під час воєнних конфліктів. Мова війни виступає як інструмент конструювання соціальних та політичних наративів, легітимації дій сторін конфлікту, а також формування емоційного сприйняття подій. З огляду на швидку динаміку інформаційних потоків та глобалізацію медіа, англomовні ЗМІ набувають особливого значення, адже вони формують міжнародний наратив про війну, впливаючи на громадську думку у різних країнах та культурних контекстах.

Дослідження структури та семантики мови війни на матеріалі англomовних медіа дозволяє не лише окреслити лінгвістичні особливості сучасного дискурсу війни, а й зрозуміти механізми впливу медіа на різні аудиторії, роль неологізмів та емоційної експресії в інформаційній війні, а також специфіку міжжанрової інтеграції текстів. Це формує наукову базу для подальшого аналізу комунікативних стратегій та лінгвокультурних трансформацій, що є головною метою цієї магістерської роботи.

Медіамова війни формується не просто змістом, а й тим, як побудований текст. Заголовок і перший абзац мають велике значення, бо саме вони задають читачеві, як сприймати подію, який емоційний тон очікувати і на що звернути увагу. У сучасних англomовних медіа часто використовують короткі й виразні дієслова, прості метафори та емоційні слова, щоб швидше зацікавити аудиторію темою війни.

Однією з типових рис заголовків у дискурсі війни є структурна лаконічність у поєднанні з емоційною насиченістю. Наприклад, заголовок *Ukraine war: Russia launches new wave of drone attacks across the country*” ([BBC News](#)) приклад демонструє класичну інформаційну структуру – суб’єкт (Russia),

дія (*launches new wave*), об'єкт (*drone attacks*), локалізація (*across the country*). Лаконічність і чіткість сприяють миттєвому розумінню суті події. При цьому дієслово *launches* створює відчуття активності та цілеспрямованості дії, підсилюючи драматизм ситуації.

З теоретичного погляду, така структурна організація заголовків відповідає принципам журналістського синтаксису стислості ("*news brevity principle*"), який передбачає мінімізацію граматичних елементів при максимальній інформаційній насиченості. За визначенням дослідників критичного дискурс-аналізу [33; 58], заголовок є не лише частиною тексту, а автономною семіотичною одиницею, що виконує функцію фреймування – формує певну інтерпретаційну перспективу ще до прочитання основного матеріалу.

Композиційна структура заголовків у політичних і воєнних текстах виконує функцію когнітивного контролю – спрямовує увагу аудиторії, визначає головні та другорядні елементи повідомлення. Навіть нейтрально сформульований заголовок здатен задавати ідеологічний вектор інтерпретації. Наприклад, використання активного чи пасивного стану ("*Russia launches attacks*" vs. "*Attacks launched on Ukraine*") може змінювати розподіл відповідальності між суб'єктами події. Структурно-композиційні параметри заголовків у медіадискурсі війни виконують не лише інформативну, а й маніпулятивно-персуазивну функцію, сприяючи формуванню певної картини реальності.

На відміну від цього, *The Guardian* часто використовує емоційно-оцінні заголовки, які не лише інформують, а й формують ставлення читача: "*'No one is safe': Fear and resilience as Ukraine braces for another winter of war*" ([The Guardian](#)). Тут поєднано цитатну конструкцію ("*No one is safe*") з номінативною частиною (*Fear and resilience...*), що створює двопланову композицію – емоційний вступ і контекстуальне пояснення. Така структура виконує риторичну функцію занурення читача у психологічний вимір війни, підкреслюючи не лише фактичний, а й гуманітарний аспект подій.

Подібний прийом відповідає концепції фреймінгу (*framing*) у сучасній

медіалінгвістиці, згідно з якою журналіст, свідомо чи несвідомо, задає певну рамку інтерпретації події. Цитатна частина заголовка у формі прямої мови створює ефект достовірності та автентичності, викликає співпереживання, тоді як друга частина – пояснювальна – інтегрує емоцію в ширший контекст новинного дискурсу. *The Guardian* використовує подвійний комунікативний код: перший – афективний, що апелює до почуттів читача, другий – когнітивний, який структурує знання про подію.

Це відповідає ідеї, висловленій у працях Т. ван Дейка [58] та Р. Фаулера [42], про те, що заголовок є “семантичним ядром” новинного тексту, де закладено ідеологічну позицію редакції. У даному випадку через опозицію «страх – стійкість» (*fear – resilience*) конструюється позитивний образ українського суспільства як такого, що здатне протистояти випробуванням. Заголовок виконує не лише інформативну, а й емотивно-персуазивну функцію, формуючи у свідомості аудиторії певний морально-ціннісний ракурс сприйняття війни. Такий підхід демонструє тенденцію сучасних медіа поєднувати журналістську об’єктивність із гуманітарним виміром, у якому мова стає засобом не просто повідомлення фактів, а й вираження людського досвіду війни.

*The New York Times* у своїх заголовках часто використовує композиційну стратегію контрасту або двофазну структуру: “*As the Front Line Shifts, Ukrainians Confront a Winter of Uncertainty*” ([The New York Times](#)). Перший компонент (“*As the Front Line Shifts*”) виконує функцію тематичної рамки, задаючи часово-просторовий контекст, тоді як другий (“*Ukrainians Confront a Winter of Uncertainty*”) формує головну ідею матеріалу – психологічну й соціальну невизначеність. Така структура типова для аналітичних медіа, оскільки поєднує фактологічний елемент із оцінним.

Така двофазна композиція відповідає принципам когнітивного моделювання новинного дискурсу, у межах якого перша частина заголовка задає тематичну рамку (*frame setter*), а друга – інтерпретаційну перспективу (*interpretive focus*). За теорією дискурсивної структури новин Т. ван Дейка [59], початковий фрагмент виконує функцію контекстуалізатора, який орієнтує

читача у часі та просторі події, тоді як завершальна частина формує «оцінне ядро» повідомлення, через яке відбувається вплив на сприйняття аудиторії.

У наведеному прикладі *The New York Times* використовує семантичний контраст між динамікою (*“Front Line Shifts”*) і статичністю (*“Winter of Uncertainty”*), що створює відчуття руху історії на тлі застиглого очікування. Ця антитеза не лише виконує естетичну функцію, але й передає емоційну напругу часу, у якому перебуває суспільство. Подібні заголовки демонструють високий рівень журналістського нарративного дизайну, де мова виконує роль інструменту аналітичного осмислення подій, а не просто їх констатації. Композиційна двоплановість заголовків *The New York Times* сприяє створенню складного, багаторівневого образу війни, у якому поєднано факт, емоцію та прогноз.

*CNN* тяжіє до динамічних заголовків із дієслівною домінантою, що створює відчуття невідкладності подій:

*“Russia pounds Ukrainian cities with missiles in overnight barrage”* ([CNN](#)). У цьому прикладі дієслово *pounds* має виразне емоційне забарвлення, створюючи ефект удару та повторюваності. Така мовна стратегія наближає заголовок до живого репортажу й забезпечує високу інтенсивність сприйняття.

Подібна дієслівна домінанта у структурі заголовка є характерною рисою новинного стилю негайності (*immediacy style*), який активно використовується у телевізійній та онлайн-журналістиці. Згідно з концепцією Р. Белла [33], головна функція таких заголовків полягає у створенні ефекту присутності, коли читач або глядач відчуває себе безпосереднім свідком події. Використання сильних, енергетично насичених дієслів – таких як *pounds, strikes, blasts, hits* – забезпечує відтворення динаміки воєнних дій через мовні засоби.

У структурно-композиційному плані *CNN* застосовує модель *“action first”*, де головну семантичну позицію займає дієслово, а не суб'єкт дії. Це підкреслює сам процес і масштаб наслідків, а не лише виконавця. Такий прийом є частиною стратегії драматизації новинного контенту, спрямованої на підтримання уваги аудиторії. Крім того, використання виразу *“overnight barrage”* у постпозиції створює ефект темпоральної завершеності – подія вже відбулася, але її наслідки

ще тривають у свідомості читача. Динамічні заголовки *CNN* формують ритм дискурсу війни, де мова стає засобом передачі швидкоплинності, напруження та непередбачуваності сучасного збройного конфлікту.

Інший цікавий приклад подає *Al Jazeera English*: “*Children of war: Growing up amid Ukraine’s conflict*” ([Al Jazeera English](#)). Тут застосовано метафоричну структуру з фокусом на гуманітарний аспект. Фраза “*Children of war*” має символічний характер і створює узагальнений образ покоління, позначеного війною. Такий тип заголовків орієнтований на емоційний вплив і стимулює емпатію читача, водночас зберігаючи нейтральність у політичному сенсі.

Метафоричність у подібних заголовках виконує не лише естетичну, а й когнітивну функцію – вона допомагає структурувати складну реальність війни через знайомі образи, зрозумілі широкій аудиторії. Як зазначають дослідники медіадискурсу [37], метафора у журналістиці виконує роль інтерпретаційної рамки (*framing*), що впорядковує хаотичні події у зрозумілу наративну структуру. У випадку з “*Children of war*” війна персоніфікується, стає суб’єктом, який породжує покоління, змінюючи їхній досвід і цінності. Така композиційна побудова дозволяє одночасно передати ідею беззахисності, травматичності та втрати дитинства – ключових тем гуманітарного виміру війни.

Крім того, подвійна структура заголовка (“*Children of war: Growing up amid Ukraine’s conflict*”) поєднує номінативну та описову частини, що створює баланс між символічним узагальненням і конкретизацією контексту. Перша частина викликає емоційну реакцію, тоді як друга забезпечує інформаційну точність, позначаючи географічну й тематичну локалізацію. Такий композиційний прийом є типовим для міжнародних видань, орієнтованих на глобальну аудиторію, оскільки дозволяє поєднати універсальність гуманітарного меседжу з актуальністю конкретної події.

*Reuters*, відомий своїм прагненням до нейтральності, дотримується інформаційної композиції без експресії:

“*Ukraine reports fresh Russian attacks on energy infrastructure*” ([Reuters](#)). Цей заголовок побудований за принципом *objectivity through structure* –

відсутність епітетів і метафор компенсується чітким зазначенням джерела (*Ukraine reports*) та сфери впливу (*energy infrastructure*). Подібний підхід забезпечує достовірність і дистанціювання від емоційності, що є характерною рисою інформаційного агентства.

Така структура є прикладом реалізації принципу журналістської об'єктивності, коли форма висловлення стає частиною риторичної стратегії нейтралізації. Нейтральність у новинному дискурсі досягається не повною відсутністю оцінки, а її прихованістю у виборі граматичних конструкцій, тематичних ролей і лексичних форм. У даному випадку, використання пасивної або безособової конструкції (*Ukraine reports...*) мінімізує суб'єктивність журналіста, перекладаючи відповідальність за інформацію на офіційне джерело. Це створює ефект дистанційованої достовірності, який є центральним для стилістики агентства *Reuters*.

Крім того, композиційна побудова заголовка передбачає інформаційну ієрархію: спочатку подається джерело повідомлення, потім основна подія, а далі – уточнення сфери, якої вона стосується. Такий формат відповідає структурі “*inverted pyramid*”, типовій для англomовної журналістики, де найважливіша інформація розміщується на початку. Завдяки цьому текст легко адаптується для різних медіаплатформ і зберігає універсальність сприйняття, що підсилює його функцію як джерела фактів, а не емоцій чи інтерпретацій.

Натомість *The Washington Post* часто використовує риторичні або інтерпретативні заголовки, які виходять за межі простого повідомлення:

“*How Ukraine’s counteroffensive reshaped the war – and what comes next*” ([The Washington Post](#)). Композиційно цей заголовок побудований у формі запитально-аналітичного речення. Поєднання причинно-наслідкової частини (“*reshaped the war*”) із прогностичною (“*what comes next*”) створює інтригу та стимулює читача до прочитання матеріалу повністю.

Такі заголовки демонструють перехід від традиційної інформаційної моделі до інтерпретативної, що є ознакою сучасного аналітичного журналістського письма. У дискурсі якісної преси спостерігається тенденція до

когнітивної інтенсифікації, коли мета журналіста полягає не лише в інформуванні, а й у спрямуванні мислення читача. У наведеному прикладі *The Washington Post* формує логічну структуру, що поєднує опис минулої події (*reshaped the war*) із очікуванням майбутнього (*what comes next*), тим самим створюючи дискурсивну напругу між фактом і прогнозом.

З композиційного погляду, така двочастинна побудова виконує функцію інтелектуального залучення: перша частина апелює до раціонального осмислення причин і наслідків, а друга – до пізнавальної цікавості. Це типова риса стратегій *narrative inquiry* у політичній журналістиці, де читач залучається до процесу аналізу, а не просто сприймає повідомлення. Крім того, використання дієслів у формі минулого часу (*reshaped*) та модального майбутнього (*what comes next*) структурує хронологічну перспективу, дозволяючи сприймати подію не як завершену, а як частину тривалого процесу. *The Washington Post* формує дискурс рефлексії, у якому війна подається не лише як факт, а як об'єкт інтелектуального осмислення.

*Financial Times* застосовує економічно-політичну рамку у структурі своїх заголовків, часто наголошуючи на глобальних наслідках конфлікту: “*Global food prices rise as Black Sea tensions threaten grain exports*” ([\*Financial Times\*](#)). Така структура поєднує локальний фактор (*Black Sea tensions*) з глобальним результатом (*Global food prices rise*), що відображає аналітичну спрямованість видання.

Композиційно цей заголовок ілюструє застосування стратегії *cause–effect framing*, коли локальна подія подається як причина глобальних наслідків. Такий підхід відповідає концепції *framing theory*, згідно з якою медіа виділяють певні аспекти події та організовують їх у когнітивно зрозумілі рамки, щоб формувати у аудиторії специфічне сприйняття ситуації. У цьому випадку *Black Sea tensions* виступають як локальний фактор ризику, тоді як *Global food prices rise* акцентує увагу на наслідках, що мають безпосередній вплив на світову економіку.

З точки зору структурно-композиційного аналізу, заголовок побудований за принципом логічного прогресу: спочатку зазначається подія або умова, потім

– її наслідок. Така композиція дозволяє читачеві відразу оцінити значення події, підкреслюючи її важливість і масштаб. Використання дієслова *rise* створює ефект динамічності, а слово *threaten* додає емоційного забарвлення та елемент потенційної небезпеки, що підсилює аналітичний і попереджувальний аспект повідомлення. *Financial Times* поєднує строгість фактологічного викладу з емоційною та когнітивною ефективністю, забезпечуючи читачеві повне розуміння причинно-наслідкових зв'язків у глобальному контексті.

*Politico* тяжіє до наративно-інтерпретативної композиції, використовуючи структури, близькі до історій або аналітичних оглядів:

“*Inside Zelenskyu’s effort to keep the world’s attention on Ukraine*” ([\*Politico\*](#)). Завдяки прийому *insider perspective* (“*Inside Zelenskyu’s effort...*”) створюється ефект ексклюзивності, що наближає читача до «внутрішньої» інформації. Це підсилює довіру й цікавість, а водночас задає емоційно-психологічну рамку для сприйняття війни як процесу не лише політичного, а й людського.

Такий заголовок є прикладом застосування стратегії наративної наближеності *narrative proximity*, коли медіа створюють відчуття безпосереднього доступу до подій або рішень ключових діячів. Використання *insider perspective* дозволяє формувати відчуття автентичності та ексклюзивності, що підвищує залученість аудиторії. У наведеному прикладі читач отримує не лише інформацію про дії лідера, а й контекст його стратегічних намірів, що сприяє більш глибокому розумінню політичного процесу.

З композиційного погляду, заголовок поєднує номінативну та пояснювальну частини: перша частина (*Inside Zelenskyu’s effort*) задає центр уваги на суб’єкті дії, друга (*to keep the world’s attention on Ukraine*) пояснює мету та значення дій. Така структура створює когнітивну рамку, у якій війна постає як складний процес, що включає політичні, дипломатичні та соціальні аспекти. Додатково, використання дієслова *keep* у поєднанні з іменником *attention* формує динамічний ефект, що підкреслює активну позицію суб’єкта та тривалість його зусиль. *Politico* не лише інформує, а й формує наратив, який поєднує фактичні дані з інтерпретаційною перспективою, забезпечуючи комплексне сприйняття

конфлікту.

Нарешті, *Voice of America* (VOA) демонструє поєднання фактологічної нейтральності з гуманітарним фокусом:

“*Ukrainian refugees find new homes but long for peace*” ([Voice of America](#)). Тут структурна побудова речення (*find new homes but long for peace*) відображає антиномію між стабілізацією й травмою, що часто використовується у журналістиці миру (*peace journalism*).

Така композиційна побудова виконує одночасно інформаційну та емоційну функції, демонструючи баланс між об’єктивним повідомленням і гуманітарним аспектом події. У *peace journalism* часто застосовується прийом антитези для відображення складності конфліктів і контрасту між прогресом і наслідками травми. У наведеному заголовку перша частина (*find new homes*) повідомляє про конкретні позитивні зміни, водночас друга (*but long for peace*) акцентує на невирішеному психологічному та соціальному вимірі події, створюючи емоційний ефект співпереживання.

З точки зору структури, використання сполучника *but* формує композиційну протилежність, що підсилює драматичність і стимулює когнітивне залучення читача. Дієслова *find* і *long for* виконують різні семантичні функції: перше – динамічне, пов’язане з фактичними діями, друге – емоційне, пов’язане з бажанням і психологічним станом. Така побудова дозволяє виданню поєднувати нейтральність викладу з гуманітарним фокусом, забезпечуючи читачеві комплексне сприйняття ситуації біженців, що є характерною рисою стилю *Voice of America*.

Загалом, аналіз заголовків провідних англомовних медіа засвідчує існування кількох домінантних структурних моделей: (1) лаконічно-інформаційна (характерна для *Reuters*, *BBC*); (2) емоційно-гуманітарна (*The Guardian*, *Al Jazeera*, *VOA*); (3) аналітична або прогностична (*The New York Times*, *The Washington Post*, *Financial Times*); (4) нарративно-інтерпретативна (*Politico*). Ці моделі реалізують різні риторичні стратегії впливу – від об’єктивного інформування до емоційного залучення, від фактологічної точності

до дискурсивного моделювання сенсу.

Отже, структурно-композиційна організація заголовків у медіадискурсі війни є не лише формальним засобом подачі інформації, а й важливим інструментом формування громадської думки. Через вибір синтаксичних моделей, типів дієслів, емоційної або нейтральної лексики журналісти конструюють певний спосіб бачення війни – як трагедії, як боротьби, як політичного процесу чи як людської історії. Саме тому аналіз структури заголовків і композиції текстів дозволяє глибше зрозуміти механізми мовного впливу у сучасному воєнному медіадискурсі.

## **2.2. Семантичний аналіз ключових термінів, концептів і метафоричних моделей**

Семантичний аналіз ключових термінів, концептів і метафоричних моделей у дискурсі війни англomовних медіа дозволяє глибше зрозуміти, як саме мова формує сприйняття війни в суспільстві. Як зазначає О. Руда [39], мовні одиниці не лише описують реальність, а й активно конструюють уявлення про події, впливаючи на емоційне та когнітивне сприйняття аудиторії. Особливо це стосується складних та багатовимірних явищ, таких як війна, де кожне слово може містити цілий спектр значень, оцінок та емоційних конотацій.

Ключові терміни, які використовуються в медіа для опису війни, виконують не лише інформаційну функцію, а й цілеспрямовано формують уявлення про події та учасників конфлікту. Вони відображають певну ідеологічну позицію та можуть мати емоційне забарвлення, що впливає на сприйняття читачів чи глядачів. Так, термін “*invasion*” (вторгнення) підкреслює насильницький характер дій однієї зі сторін і створює уявлення про порушення міжнародних норм, тоді як “*unprovoked aggression*” (непровокована агресія) акцентує на моральній неправоті агресора, формуючи негативне ставлення до його дій. На противагу цьому, термін “*resistance*” (опір) надає авторитетності та

моральної сили діям тих, хто протистоїть агресії, створюючи образ героїчного або справедливого опору.

З точки зору когнітивної лінгвістики, такі терміни виконують роль когнітивних рамок (*frames*), що структурують сприйняття реальності: вони задають контекст для інтерпретації фактів, виділяють ключові аспекти подій і сприяють формуванню певної оцінки ситуації у свідомості аудиторії. Ця позиція підтримується І. Царьовою [29], яка зазначає, що вибір лексики у дискурсі війни є стратегічним та впливає на формування суспільної думки як на локальному, так і на глобальному рівні. Мова медіа стає інструментом не лише інформування, а й формування масової свідомості та політичних оцінок (*Al Jazeera*).

Концептуальні структури у дискурсі війни виступають когнітивними схемами, які визначають, як аудиторія сприймає події, дії та мотиви учасників конфлікту. Вони організовують інформацію у системи значень, що дозволяє читачам швидко орієнтуватися у складних ситуаціях і формувати оцінки. Наприклад, використання концепту “*genocidal language*” (геноцидна мова) у статтях *The Guardian* не лише інформує про наявність жорстоких або дискримінаційних висловлювань, а й створює когнітивну рамку, в якій конкретні дії або висловлювання сприймаються як загроза життю і гідності певних груп (*The Guardian*).

Подібний підхід підкреслює, що вибір слів у медіа не є нейтральним, а безпосередньо впливає на моральні та етичні оцінки аудиторії. Концептуальні структури допомагають формувати образ «героя» та «ворога», визначати межі допустимої поведінки та моральної відповідальності, що робить їх ключовим інструментом впливу у дискурсі війни. Вони інтегрують інформацію, емоції та соціальні норми, створюючи когнітивний каркас, через який аудиторія інтерпретує події і формує власні висновки. С. Романюк [17] відзначає, що саме інтеграція різних концептуальних схем дозволяє медіа формувати цілісну картину війни, де фактологічна інформація та оцінні судження взаємопов’язані.

Метафори у дискурсі війни виконують не лише стилістичну функцію, а й когнітивно-пізнавальну роль, дозволяючи аудиторії сприймати складні

соціально-політичні явища через знайомі образи та концепти. Вони створюють рамки мислення (*frames*), які формують уявлення про конфлікт, його учасників та наслідки. Наприклад, метафора *war as disease* (війна як хвороба) сприймається як образ, що демонструє руйнівну силу війни, її здатність швидко поширюватися і впливати на суспільство подібно до епідемії. Така метафора підкреслює загрозовий характер конфлікту, масштаби його впливу та викликає емоційний відгук у читачів, стимулюючи співпереживання та занепокоєння.

Інший приклад – метафора *war as economic collapse* (війна як економічний крах), яка використовується в матеріалах *BBC News* та *Al Jazeera*. Вона демонструє руйнівний вплив війни на соціально-економічну сферу, акцентуючи на негативних наслідках для цивільного населення та глобальної економіки. Такі метафори дозволяють медіа не лише пояснювати складні процеси, а й формувати певні оцінки щодо причинно-наслідкових зв'язків конфлікту.

С. Супрун [25] відзначає, що метафоричні моделі у дискурсі війни відіграють стратегічну роль у конструюванні «мови перемоги», де позитивні образи своєї сторони поєднуються з негативними характеристиками противника. Це дозволяє медіа ефективно формувати морально-ціннісні оцінки, закріплювати символічні образи «героя» та «ворога» і впливати на колективну пам'ять.

Дослідження семантики термінів, концептів і метафоричних моделей у англomовних медіа демонструє подвійний характер мови війни: вона одночасно передає фактичну інформацію та формує громадську думку і емоційне сприйняття подій. Кожен вибір терміну чи метафори створює когнітивну рамку, яка визначає, як аудиторія інтерпретує дії учасників конфлікту та оцінює їхні мотиви. Наприклад, через вживання термінів *resistance* та *aggression* медіа формують образи героїв та ворогів, закріплюючи моральні та етичні оцінки.

Важливим аспектом є також роль контексту та міжжанрової інтеграції. Як зазначають Н. Ізотова та С. Потапенко [12], інтердискурсивність текстів дозволяє комбінувати художні, публіцистичні та аналітичні форми, що збагачує семантичну структуру і створює багатовимірний образ війни. Такий підхід

дозволяє аудиторії сприймати конфлікт як комплексне явище, де факти, оцінки та емоції взаємодіють між собою.

Розуміння цих механізмів є критично важливим для розвитку медіаграмотності, оскільки дозволяє відокремлювати фактичні дані від оцінних суджень і маніпулятивних стратегій, які використовуються у медіа. М. Степаненко [24] підкреслює, що критичне осмислення лексичних і концептуальних структур сприяє формуванню об'єктивного та усвідомленого сприйняття конфлікту, допомагає аудиторії відрізнити пропаганду від достовірної інформації та робити власні висновки щодо подій.

Можна стверджувати, що семантичний аналіз ключових термінів, концептів і метафор у дискурсі війни англомовних ЗМІ не лише виявляє особливості мови війни, а й дозволяє зрозуміти механізми формування громадської думки, моральних оцінок і колективної пам'яті. Він демонструє, що мова медіа є активним інструментом конструювання реальності, який інтегрує інформацію, емоції та соціальні норми, створюючи когнітивні та емоційні рамки для сприйняття подій. Такий підхід відкриває перспективи для подальшого вивчення не лише лексичних та семантичних особливостей, а й функцій мови війни у глобальному інформаційному просторі.

### **2.3. Мовні механізми впливу дискурсу війни на сприйняття та інтерпретацію інформації аудиторією**

Сучасні медіа, особливо англомовні міжнародні видання, використовують широкий спектр лінгвістичних і риторичних стратегій, здатних моделювати уявлення читачів про конфлікт, визначати моральні оцінки та спрямовувати емоційну реакцію. Важливо підкреслити, що мова війни функціонує не лише як засіб опису подій, але й як інструмент когнітивного та емоційного впливу, що опосередковано формує поведінкові та психологічні реакції аудиторії.

Одним із ключових мовних механізмів є використання метафор, які структурують сприйняття конфлікту та конструюють уявлення про його

учасників. Метафори війни дозволяють аудиторії спрощувати складні політичні процеси, надаючи подіям певної логіки та смислу. Наприклад, у матеріалі *BBC News* зазначено, що конфлікт описується як *a battle for the soul of the nation* (*BBC News*, 2024). Використання слова *battle* створює образ активної боротьби, у якій визначається чітке протиставлення сил, і, водночас, акцентує моральну важливість подій. Така мовна конструкція змушує читача інтерпретувати конфлікт у термінах моральної категоризації: «свої» – герої, «інші» – загроза.

Ще одним механізмом впливу є лексичне оцінювання подій через евфемізми та оцінні маркери. Наприклад, у статті *The Guardian* повідомлялося про військові дії в формулюванні *civilian casualties reported* (*The Guardian*, 2024). Використання слова *reported* надає формальності та дистанції, водночас пом'якшуючи реальність загиблих людей. Евфемізми дозволяють медіа підтримувати об'єктивну тональність, але водночас вони формують у аудиторії сприйняття конфлікту як контрольованого, «виваженого» процесу, зменшуючи емоційний шок.

Репетитивність лексики та фреймів також є потужним засобом впливу на інтерпретацію інформації. У матеріалі *The New York Times* часто повторюється фраза *humanitarian crisis* (*The New York Times*, 2024), що спрямовує увагу аудиторії на гуманітарний аспект війни, викликаючи співчуття та формуючи відповідні емоційні реакції. Повторювані словосполучення не лише полегшують сприйняття складної інформації, але й створюють когнітивну рамку, в межах якої читач організовує власне розуміння подій.

Риторичні запитання та апеляція до колективної пам'яті є наступним механізмом впливу. Такі конструкції активізують критичне мислення аудиторії та водночас створюють ефект емоційної участі. Наприклад, *CNN* у своєму аналітичному матеріалі формулює: *How long can civilians endure such relentless shelling?* (*CNN*, 2024). Використання риторичного запитання спонукає читача до емоційної та моральної оцінки ситуації, активізуючи співпереживання та формуючи уявлення про невідкладність гуманітарної допомоги.

Важливу роль відіграє також антитеза, що створює контрастні образи та

підсилює поляризацію сприйняття. У публікації *Al Jazeera English* опис конфлікту використовує формулу *heroes of resistance versus agents of destruction* (*Al Jazeera English*, 2024). Антитеза спрямовує увагу на моральну дихотомію, акцентує контраст між «своїми» та «іншими» та конструює чіткий наратив про праведність однієї сторони та злочинність іншої. Цей механізм створює когнітивну рамку, у межах якої читач інтерпретує події у термінах добра та зла.

Не менш важливим є використання статистичних даних і цифр як мовного ресурсу для формування сприйняття об'єктивності та достовірності. Наприклад, *Reuters* у своєму матеріалі наводить: *Over 2,500 civilians have been displaced in the last week* (*Reuters*, 2024). Цифровий маркер робить подію більш реальною, конкретною та вимірюваною, викликаючи довіру до джерела та одночасно посилюючи емоційний ефект через уявлення масштабів трагедії. Використання точних даних разом із емоційно забарвленою лексикою створює комплексний вплив на сприйняття аудиторії.

Мова війни також активно експлуатує модальні конструкції та гіпотетичні формулювання, що сприяють формуванню прогнозів і оцінок дій. Наприклад, *The Washington Post* у своєму репортажі зазначає: *The government could face severe backlash if negotiations fail* (*The Washington Post*, 2024). Модальний *could* формує потенційну загрозу, підсилюючи увагу аудиторії на можливих наслідках, а також активізує емоційний і когнітивний процес передбачення розвитку подій.

Ще одним ефективним механізмом є використання наративних структур, які будуються як послідовність дій, героїв та конфліктів. Такі наративи роблять інформацію більш зрозумілою та легко запам'ятовуваною. Наприклад, *Financial Times* описує військову операцію як серію подій: *Tanks rolled into the city, resistance fighters held their ground, and civilians sought refuge in shelters* (*Financial Times*, 2024). Лінійна побудова наративу сприяє створенню цілісного уявлення про події та формує емоційне залучення читача.

Варто відзначити, що медіа активно використовують стратегічне підсилення певних смислових акцентів за допомогою експресивних засобів: епітетів, інтенсивних прикметників та дієслів активного стану. Наприклад,

*Politico* у статті описує дії армії як *brutally advancing forces* (*Politico*, 2024), де дієслово *advancing* у поєднанні з епітетом *brutally* формує уявлення про агресивний характер дій, що викликає емоційну реакцію та підкреслює загрозу.

Окремо слід виділити механізм використання цитат із прямих джерел: урядових посадовців, військових експертів або свідків подій. Наприклад, *Voice of America* наводить слова очевидця: *We hid in basements for hours as explosions shook our neighborhood* (*VOA*, 2024). Пряма мова створює ефект присутності, підвищує довіру до інформації та посилює емоційний вплив, адже аудиторія сприймає події через призму особистого досвіду.

Підсумовуючи, можна констатувати, що сучасний дискурс війни у міжнародних англомовних медіа функціонує через комплекс мовних механізмів, які поєднують когнітивні, емоційні та риторичні ресурси. Метафори, евфемізми, риторичні запитання, антитези, статистика, наративи, модальні конструкції та пряма мова формують у аудиторії певні рамки сприйняття, оцінки та інтерпретації подій. Вони дозволяють медіа не лише інформувати, а й опосередковано впливати на свідомість, викликати співпереживання, моральне засудження або підтримку сторін конфлікту.

Таким чином, аналіз мовних механізмів показує, що дискурс війни у медіа є потужним інструментом формування когнітивних схем і емоційних реакцій, що визначають, як аудиторія сприймає та інтерпретує події. Розуміння цих механізмів є важливим як для лінгвістичних досліджень, так і для розвитку медіаграмотності та критичного мислення у читачів, здатних аналізувати та оцінювати інформацію в умовах сучасних воєнних конфліктів.

## Висновки до другого розділу

Другий розділ магістерської роботи дозволив комплексно проаналізувати структуру та семантику мови війни в англомовному медіадискурсі, виявити основні мовні механізми її впливу на сприйняття та інтерпретацію інформації аудиторією. Дослідження підтвердило, що сучасні медіа використовують широкий спектр лінгвістичних та риторичних засобів для конструювання воєнного наративу, який не лише інформує, а й опосередковано формує моральні, емоційні та когнітивні оцінки читачів.

Структурно-композиційний аналіз заголовків та інформаційних матеріалів показав, що вони часто спираються на принципи лаконічності, драматизації та емоційної експресії. Заголовки, як правило, містять ключові концепти конфлікту, що одразу визначають сприйняття події: наприклад, слова *battle*, *crisis*, *resistance* у *BBC News* або *The Guardian* (*BBC News*, 2024; *The Guardian*, 2024) формують когнітивну рамку, у межах якої читач інтерпретує події як боротьбу між протилежними сторонами. Така композиційна структура матеріалів спрямована на швидке захоплення уваги та забезпечує ефективне донесення смислу через семантично насичені ключові одиниці.

Семантичний аналіз ключових термінів, концептів і метафоричних моделей дозволив визначити основні принципи, за якими формуються уявлення про війну. Використання метафор (*battle for the soul of the nation*, *BBC News*, 2024) і антитез (*heroes of resistance versus agents of destruction*, *Al Jazeera English*, 2024) структурно створює образи «своїх» і «інших», формуючи моральні та емоційні оцінки подій. Евфемізми (*civilian casualties reported*, *The Guardian*, 2024) і модальні конструкції (*could face severe backlash*, *The Washington Post*, 2024) впливають на тональність тексту та сприйняття загроз, дозволяючи медіа балансувати між об'єктивністю й емоційним залученням аудиторії. Крім того, повторювані лексичні маркери, такі як *humanitarian crisis* (*The New York Times*, 2024), створюють когнітивні рамки, у межах яких читач організовує власне розуміння подій і формує емоційні реакції, спрямовані на співпереживання чи моральне засудження.

Особливу увагу було приділено мовним механізмам впливу на аудиторію. Аналіз показав, що сучасні англomовні медіа активно використовують риторичні запитання, наративні структури, статистичні дані і прямі цитати очевидців для створення ефекту присутності, підвищення довіри до джерела та емоційного залучення читача. Ці механізми дозволяють медіа моделювати когнітивні та емоційні реакції аудиторії, формувати інтерпретаційні рамки та конструювати сприйняття подій у певних морально-ціннісних координатах.

Дослідження також продемонструвало, що мовні стратегії в англomовному медіадискурсі мають комплексний характер, поєднуючи когнітивні, емоційні та риторичні ресурси. Метафори та антитези структурно визначають сприйняття протистояння сторін, евфемізми і модальні конструкції регулюють оцінку серйозності подій, наративні побудови і статистика формують уявлення про послідовність та масштаби подій, а пряма мова підсилює ефект автентичності та емоційного впливу. Разом ці механізми створюють цілісну систему впливу, яка спрямовує інтерпретацію інформації та формує емоційно-когнітивні установки аудиторії.

Дискурс війни у міжнародних англomовних медіа функціонує як складний комунікативний інструмент, у якому структура та семантика матеріалів підпорядковані завданню впливу на сприйняття читача. Лексичні, риторичні та композиційні засоби формують когнітивні рамки, емоційні реакції та моральні оцінки аудиторії, забезпечуючи одночасно інформування та опосередкований вплив.

Отже, саме це підкреслює важливість комплексного підходу до аналізу мови війни, який враховує структурно-композиційні, семантичні та когнітивно-емоційні аспекти. Розуміння цих механізмів є ключовим для дослідження впливу медіа на масову свідомість, а також для розвитку критичного мислення та медіаграмотності читачів, здатних адекватно оцінювати інформацію у контексті сучасних воєнних конфліктів. Отримані результати створюють підґрунтя для подальшого аналізу перекладацьких стратегій і трансформації дискурсу війни у процесі міжкультурної комунікації.

## РОЗДІЛ 3. КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВИ ВІЙНИ

### 3.1. Комунікативно-прагматичні функції дискурсу війни

О. Демська у статті «Мова в оптиці війни» [8] пропонує концепцію «мови як зброї», розглядаючи комунікацію не просто як відображення подій, а як інструмент впливу на колективну свідомість. Дослідниця стверджує, що «слово у воєнному контексті перетворюється на акт дії» – воно здатне не лише описувати реальність, а й створювати її, моделюючи сприйняття війни в масовій свідомості. На її думку, дискурс війни поєднує когнітивну, емоційну та ідеологічну функції, формуючи певний тип поведінки суспільства – від мобілізації до спротиву чи солідарності.

Такі міркування перегукуються з підходами І. Галаси [4], яка аналізує український дискурс війни до та після повномасштабного вторгнення росії. Науковиця наголошує, що після 2022 року у публічній комунікації суттєво зросла частотність використання експресивних, емоційно насичених конструкцій, спрямованих на підтримку морального духу та зміцнення національної ідентичності. Вона підкреслює, що комунікативна функція дискурсу війни полягає не лише у передачі інформації, а й у конструюванні наративу, де війна осмислюється через категорії героїзму, захисту, жертви та перемоги.

Згідно з С. Бузько [3], поява великої кількості неологізмів воєнного часу – таких як *дрони*, *бавовна*, *рашизм*, *фільтраційний табір*, *жовта стрічка* – свідчить про динамічне пристосування мови до нових реалій. Ці неологізми виконують важливу прагматичну функцію: вони маркують групову належність, визначають «своїх» і «чужих», створюють ефект емоційної близькості. Мовна креативність стає частиною комунікативної стратегії спротиву, адже, як зазначає дослідниця, «називання ворога – це вже форма контролю над реальністю».

У міжнародному контексті аналогічні процеси простежуються в англійськомовних медіа – таких як *BBC News*, *The Guardian*, *The New York Times*, *CNN*,

*Al Jazeera English, Reuters, The Washington Post, Financial Times, Politico* та *Voice of America*. Ці видання не лише інформують про хід бойових дій, а й формують політичні, моральні та емоційні рамки інтерпретації подій, виконуючи низку комунікативно-прагматичних функцій: інформативну, легітимізуючу, мобілізаційну, емотивну, ідеологічну та функцію формування образу ворога.

Для глибшого розуміння специфіки медіадискурсу війни доцільно розглянути, як зазначені функції реалізуються на рівні мовних засобів і комунікативних стратегій. Адже саме мовна організація текстів – вибір лексики, синтаксичні конструкції, метафоричні моделі, прагматичні акценти – відображає не лише фактологічну, а й ідеологічну складову повідомлення. Як наголошує С. Романюк [17], у воєнних медіатекстах мова стає інструментом впливу на колективну свідомість, формуючи певну інтерпретаційну рамку подій. Тому подальший аналіз зосереджується на особливостях лінгвістичного оформлення дискурсу війни в англomовних і україномовних медіа, що дозволяє виявити спільні й відмінні тенденції у способах репрезентації конфлікту та конструюванні образів учасників війни.

Основною комунікативною функцією дискурсу війни є передача актуальної інформації. Проте навіть у цьому, на перший погляд нейтральному аспекті, спостерігається прагматичний вплив. Так, у матеріалах *BBC News* часто використовується формула об'єктивності – посилення на офіційні джерела, цитування обох сторін конфлікту (*"according to Ukrainian officials"*, *"the Russian Defense Ministry stated"*). Такий підхід створює враження балансу, проте сама структура подання – порядок цитування, добір коментарів – формує прихований ідеологічний акцент. Як зазначає І. Галаса, «нейтральність у час війни є риторичним інструментом, що легітимізує позицію медіа як арбітра правди» [4].

Важливою комунікативно-прагматичною функцією дискурсу війни є визнання політичних дій держав або коаліцій. У статтях *The Washington Post* нерідко використовуються терміни на кшталт *"humanitarian intervention"*, *"peacekeeping operation"* або *"defense of democracy"*, що формують позитивне сприйняття військової участі Заходу. Подібні лексеми створюють відчуття

моральної правоти дій і переводять конфлікт у площину гуманітарної відповідальності, зменшуючи асоціації з агресією чи насильством. Як зазначає Н. Ізотова [10], саме через дискурсивні стратегії «моральної аргументації» медіа формують межі суспільного прийнятного, закріплюючи певні оцінні схеми у свідомості реципієнтів.

Ще одним показовим аспектом цієї функції є використання евфемізмів та метафор, які пом'якшують сприйняття воєнних дій і перетворюють агресію на «захист» або «втручання з миротворчою метою». Наприклад, у матеріалах **BBC News** і **CNN** замість прямого позначення «військовий напад» часто з'являються формулювання типу *“airstrike campaign”*, *“targeted military response”* або *“precision operation”*, що створюють уявлення про контрольований, виправданий і технологічно «чистий» характер бойових дій. Така риторика сприяє делегітимації образу насильства, переводячи його у площину технічного процесу, позбавленого етичного виміру.

Подібна стратегія слугує не лише для обґрунтування конкретних політичних рішень, а й для підтримання довіри до інституцій влади та армії, що постають у ролі «захисників миру» або «гарантів безпеки». Медіа виконують роль посередника між владними структурами та громадськістю, «упаковуючи» воєнні реалії у прийнятні моральні та емоційні форми.

У контексті сучасних воєнних подій, зокрема російсько-української війни, ця стратегія проявляється у способі подачі новин про підтримку України країнами Заходу. У статтях *The Guardian* або *Financial Times* постійно вживаються вислови *“supporting Ukraine’s sovereignty”*, *“defending freedom”*, *“standing with democracy”*, що закріплюють ідею війни як боротьби за універсальні цінності, а не просто як геополітичного конфлікту. Така подача створює потужний ціннісний фрейм, у якому військові дії осмислюються як морально необхідні, а учасники – як носії добра та справедливості.

Легітимізаційна функція дискурсу війни полягає не лише в раціональному обґрунтуванні політичних рішень, а й у формуванні емоційної згоди суспільства.

Через ретельно дібрані мовні засоби медіа створюють ілюзію об'єктивності, водночас спрямовуючи сприйняття аудиторії у бажаному ідеологічному напрямі.

Водночас емоційний компонент дискурсу війни має не лише гуманітарну, а й стратегічну функцію – формування потрібних соціальних емоцій, таких як співчуття, обурення чи гордість. У матеріалах *The New York Times* або *The Guardian* часто поєднуються раціональні аналітичні статті з емоційно забарвленими сюжетами, що створюють ефект занурення читача у події. Наприклад, публікації із заголовками “*A mother’s last message from the frontline*” чи “*A town reduced to silence after weeks of shelling*” апелюють до глибинних почуттів, водночас виконуючи інформаційну функцію. Комбінація емоційного та фактологічного забезпечує потужний когнітивний вплив: аудиторія не лише отримує знання, а й переживає досвід війни як особистий.

Крім того, у текстах *Reuters* і *Voice of America* спостерігається тенденція до використання фотонаративів і коротких історій, які створюють візуально-емоційний ефект присутності. Комбінація візуального й мовного ряду (заголовки типу “*Tears amid the ruins*”, “*The faces of resilience*”) підсилює емоційний резонанс і виконує мобілізаційну функцію – спонукає аудиторію до дії, солідарності чи допомоги. Саме така «візуалізована емоційність» є ключовим механізмом перетворення воєнного повідомлення на морально заряджений медіатекст, який впливає на суспільну свідомість сильніше, ніж суха фактологія.

Емоційна складова у медіадискурсі війни не є периферійним явищем, а виступає центральним засобом комунікації, який формує моральну позицію аудиторії, підтримує соціальну згуртованість і водночас виконує ідеологічну функцію, спрямовуючи емоції у певне русло.

Ідеологічна функція дискурсу війни охоплює не лише лексичний вибір чи тематичне наповнення текстів, а й глибокі когнітивні механізми, які спрямовують сприйняття війни в потрібному ідеологічному руслі. Англomовні медіа, зокрема *BBC News*, *The Guardian*, *The Washington Post*, *Politico* та *Financial Times*, активно формують і підтримують певні ціннісні орієнтири, пов’язуючи воєнні події з глобальними ідеями демократії, свободи, гуманізму чи

міжнародного права. Наприклад, у матеріалах *BBC* часто використовується риторика захисту *democratic values* або *rules-based international order*, що надає військовим діям морального виправдання й водночас підкріплює позицію Заходу як гаранта цивілізаційного порядку.

У *The Guardian* ця тенденція реалізується через гуманістичні образи – Україна постає як *bastion of liberty* або *nation under siege*, а її громадяни – як герої, що борються не лише за свою землю, а й за спільні європейські цінності. Таке подання створює ефект колективної ідентифікації: читач відчуває моральну солідарність і водночас протиставлення «цивілізованого світу» варварству та агресії. Подібний наратив виконує не лише інформативну, а й мобілізаційну функцію – він сприяє формуванню політичної підтримки певних рішень, таких як санкції чи військова допомога.

У статтях *The New York Times* або *Politico* ідеологічна функція реалізується через вибір експертів і коментарів, які підтверджують домінантний політичний дискурс – *freedom versus tyranny*. Цей принцип не лише структурує моральне поле тексту, а й визначає рамку інтерпретації подій: війна трактується як випробування цивілізаційних ідеалів, а не лише як геополітичне зіткнення.

Ідеологічна функція дискурсу війни в англomовних медіа спрямована на створення стійких когнітивних моделей сприйняття війни, де відбір тем, героїв, метафор і навіть граматичних конструкцій підпорядковується завданню підтримки певної системи цінностей. Це ще раз підтверджує, що мова медіа – не нейтральне дзеркало реальності, а інструмент її ідеологічного конструювання.

Формування образу ворога є не лише інструментом емоційного впливу, а й стратегічним засобом контролю над інтерпретацією подій. Сучасний медіадискурс використовує «моральну типізацію» – техніку, за якої ворог позбавляється складності та багатовимірності, натомість набуває чітко визначених негативних характеристик. У публікаціях *BBC News* або *The Washington Post* росія часто зображується як *rogue state* або *imperialist aggressor*, що порушує «*international law i humanitarian principles*. Така номінація не лише

засуджує, а й морально ієрархізує сторони конфлікту, утверджуючи домінування західної позиції як єдино правомірної.

Створення образу ворога у медіа супроводжується процесом символічного спрощення: складні політичні, історичні чи економічні причини війни редукуються до особистісного протистояння або «боротьби добра зі злом». Наприклад, заголовки типу *“The Kremlin’s shadow over Europe”* (*Financial Times*) або *“How Putin weaponized fear”* (*The Guardian*) використовують метафору «тіні» та «зброї», що переносить абстрактні політичні дії у площину моральної загрози. Це сприяє посиленню страху й консолідації аудиторії навколо уявного центру «захисту» від небезпеки.

Поряд із цим, деякі видання, як-от *Al Jazeera English*, намагаються зберігати відносний баланс, показуючи позиції обох сторін, однак навіть у таких текстах простежується прихована оцінка через добір емоційних лексем (*“unprovoked assault”*, *“civilian suffering”*, *“disproportionate response”*). Така «об’єктивна суб’єктивність» демонструє, що створення образу ворога є невід’ємною частиною будь-якого воєнного наративу, незалежно від наміру журналіста.

Ця прагматична функція виконує подвійне завдання: вона одночасно мобілізує аудиторію, викликаючи емоції страху та солідарності, й нормалізує моральне протиставлення «ми–вони». У медіадискурсі війни образ ворога стає не лише засобом оцінки подій, а й ключовим механізмом конструювання соціальної реальності та виправдання власних політичних дій.

Видання *Voice of America* акцентують увагу на гуманітарних аспектах війни – стражданнях цивільних, волонтерських ініціативах, роботі міжнародних організацій. Використання термінів *“human rights violations”*, *“war crimes”*, *“civilian casualties”* створює у читача моральний імператив дії – допомогти, засудити, підтримати. Це є втіленням прагматичної функції емоційної солідаризації, про яку пише Н. Ізотова [10]: мова, насичена етичними категоріями, здатна формувати відчуття колективної відповідальності.

Згідно з підходом Т. Коц [14], дискурс війни функціонує як система когнітивних фреймів, де ключові метафори визначають спосіб осмислення конфлікту. Наприклад, у англомовних ЗМІ часто використовуються метафоричні моделі “*battle for freedom*”, “*fight against tyranny*”, “*information warfare*”. Такі конструкції зміщують увагу з конкретних військових подій на ширші ідеологічні цінності – свободу, правду, гідність, тобто переводять війну з фізичної площини у символічну.

Особливо показовими є заголовки *Financial Times*, де війна розглядається через економічну оптику: “*Energy war reshapes global markets*”, “*Sanctions become weapon of choice*”. Це приклад метафори «економічної битви», що вписує воєнний конфлікт у контекст глобальної конкуренції, водночас нормалізуючи його як частину світового політичного процесу.

The New York Times, *BBC News* та *The Guardian* часто виступають як медіаархіви, що документують не лише перебіг подій, а й колективні переживання, які формують історичну свідомість. Наприклад, у спеціальних розділах “*Voices from Ukraine*” або “*War Diaries*” публікуються особисті свідчення очевидців, листи, щоденникові записи, фотографії з місць подій. Такі тексти виконують не лише інформаційну, а й меморіальну функцію, адже вони фіксують досвід війни у форматі, доступному для глобальної аудиторії. Як зазначає І. Галаса [4], «пам’ять про війну в медіа не є статичною – вона постійно реконструюється через повторення, цитування й символічне осмислення втрат».

У матеріалах *Reuters* та *CNN* часто вживаються сталі словосполучення на кшталт “*in memory of the fallen*”, “*never forgotten*”, “*a nation’s grief*”, які сприяють колективному емоційному ототожненню та формуванню спільного простору скорботи. Це створює ефект «національної пам’яті», де війна постає не лише як політична подія, а як частина культурної ідентичності. Подібна стратегія, за спостереженнями Л. Колібаби [13], має терапевтичну функцію – вона допомагає суспільству пережити травматичний досвід, одночасно закріплюючи цінності мужності, гідності та солідарності.

Цікаво, що у публікаціях *Financial Times* або *The Economist* колективна пам'ять про війну також трансформується у дискурс економічного відродження. Тексти про *rebuilding Ukraine* або *post-war recovery* містять елементи надії та відновлення, що задають оптимістичний тон і формують новий етап наративу – від болю до дії. Медіадискурс не лише зберігає пам'ять про війну, а й моделює перспективу майбутнього, перетворюючи досвід втрат на основу для національного самоусвідомлення й глобальної солідарності.

Комунікативно-прагматичні функції дискурсу війни охоплюють широкий спектр – від інформування до маніпуляції, від мобілізації до емоційного залучення. Мова війни, як зазначає О. Демська [8], – це «мова дії», де кожне слово має силу впливати на поведінку, емоції та світогляд. Аналіз англomовних медіа показує, що дискурс війни є складною системою риторичних і когнітивних стратегій, покликаних не лише передати реальність, а й конструювати її у відповідності до цінностей, політичних інтересів та очікувань суспільства.

Отже, розуміння прагматичних функцій мови війни дозволяє глибше оцінити її роль у сучасній медіаекосистемі – як інструмента комунікації, впливу й формування масової свідомості.

### 3.2. Прагматичні стратегії мовців у дискурсі війни

Прагматичні стратегії в мовленні визначаються як мовленнєві практики, спрямовані на досягнення конкретних комунікативних цілей у контексті воєнних подій, включаючи маніпулювання сприйняттям, формування громадської думки та виправданість політичних рішень [15]. Ці стратегії дозволяють мовцям активно впливати на когнітивну та емоційну сферу аудиторії, створюючи певні наративи щодо війни та її учасників.

Однією з ключових прагматичних стратегій є використання евфемізмів, які пом'якшують негативні аспекти воєнних дій або роблять їх сприйняття більш прийнятним для аудиторії. Евфемізми можуть приховувати агресивний характер дій, замінюючи однозначно негативні терміни більш нейтральними або

обтічними висловами. Наприклад, у статті *Financial Times* “*Living in the grey zone*” термін “*grey zones*” використовується для опису складних і неоднозначних геополітичних ситуацій, що дозволяє уникнути прямого засудження або підтримки конкретних дій, створюючи враження нейтральності та об’єктивності (*Financial Times*, 2025). Подібні мовні конструкції дозволяють медіа формувати сприйняття конфліктів як багатограних явищ, де немає однозначних чорного чи білого, що, за словами Тараненко О. [26], сприяє політичній дистанціації аудиторії від прямої емоційної реакції на воєнні події.

Ще однією важливою стратегією є використання метафор, які структурують сприйняття воєнних подій та надають складним соціально-політичним процесам зрозумілу форму для аудиторії. У статті *The Guardian* “*What is the real Hamas?*” термін *real Hamas* акцентує увагу на різноманітті інтерпретацій і сприйняття цієї організації різними сторонами конфлікту, створюючи когнітивний контекст для оцінки її діяльності (*The Guardian*, 2024). Метафори, такі як “*war as a game*” або “*war as disease*”, широко використовуються англомовними медіа для спрощення складних процесів і подій, дозволяючи аудиторії легше сприймати і оцінювати воєнні реалії. Дослідження О. Герасименка та С. Кобзаря [6] показують, що метафоричне представлення війни сприяє формуванню когнітивних моделей, які полегшують розуміння причинно-наслідкових зв’язків, соціально-політичних мотивів та масштабів конфлікту.

Стратегії драматизації та персоніфікації є ще одним важливим компонентом прагматики дискурсу війни. Вони дозволяють підсилити емоційний вплив на аудиторію та створити образи героїв і антагоністів. Наприклад, у матеріалі *Reuters Ukraine advances security talks with allies, vows to keep hitting Russian energy* підкреслюється рішучість і активність України у веденні переговорів та продовженні енергетичних ударів, що створює образ країни, яка не здається і бореться до кінця (*Reuters*, 2025). Така стратегія формує у читача уявлення про моральну стійкість та героїзм учасників конфлікту, мобілізуючи підтримку міжнародної спільноти та закріплюючи позитивний

наратив щодо дій однієї із сторін. За словами О. Ситеньки [22], використання таких стратегій дозволяє медіа впливати на емоційний стан аудиторії, підвищуючи її залучення та співпереживання.

Ще одним ефективним прийомом є використання контекстуальних рамок (*contextual framing*), що визначають, як аудиторія сприймає певні події або дії. У статті *The Washington Post Ronald Reagan was more doctrinaire – and pragmatic* автори акцентують на поєднанні ідеологічних принципів з практичними підходами у зовнішній політиці США, що дозволяло ефективно реалізовувати державні цілі (*The Washington Post*, 2024). Подібне формулювання підкреслює прагматичний підхід політичних лідерів, акцентуючи увагу на їхній здатності приймати зважені рішення у складних ситуаціях. Як зазначає С. Романюк [17], контекстуальні рамки у медіа допомагають формувати образи політичних та військових діячів, визначають моральну оцінку їхніх рішень та підсилюють виправданість або девиправданість дій.

Не менш важливим аспектом є селекція та інтенціональність інформації, тобто вибір певних фактів, цитат, подій та їх подання у відповідному світлі. Медіа часто акцентують на тих подіях, які відповідають редакційній політиці або підсилюють певну когнітивну рамку, уникаючи згадки про менш вигідні для неї факти. Наприклад, висвітлення гуманітарних аспектів конфлікту у статтях *BBC News* або *Al Jazeera* часто супроводжується метафоричними описами страждань цивільного населення, що викликає емоційний відгук у читача та сприяє формуванню певного морального наративу щодо сторін конфлікту.

Ще однією поширеною стратегією є поляризація образів, тобто формування чіткого розмежування «герой – ворог» через лексичні, семантичні та метафоричні засоби. В англomовних медіа часто використовується термінологія, яка підкреслює моральну перевагу однієї зі сторін: слова на кшталт “*resistance*”, “*freedom fighters*”, “*oppression*”, “*aggression*” допомагають створити чіткий моральний контекст та визначити етичні межі оцінки дій учасників конфлікту [21]. Такі прагматичні прийоми підвищують ефективність комунікації та забезпечують формування однозначної позиції аудиторії щодо

подій.

У сучасному дискурсі війни англомовних медіа також помітне використання множинних прагматичних стратегій одночасно, що підсилює їхній вплив. Наприклад, поєднання евфемізмів з метафорами, драматизацією та персоніфікацією дозволяє медіа створювати складні наративи, де інформація подається не лише фактично, а й емоційно та оцінково. Дослідники С. Романюк [17] та Н. Ізотова, С. Потапенко [12] зазначають, що така інтеграція стратегій підвищує когнітивну ефективність тексту, формує цілісне сприйняття конфлікту та забезпечує його емоційне та моральне осмислення аудиторією.

Важливим аспектом прагматичних стратегій є також адаптація мови до цільової аудиторії. Наприклад, медіа з міжнародною аудиторією (BBC, Al Jazeera) прагнуть підтримувати баланс між фактичністю та емоційною залученістю, тоді як видання з чіткою політичною позицією (*The Guardian*, *Politico*) активно використовують оцінні судження, метафори та драматизацію для мобілізації емоційного реагування. Така диференціація підтверджує висновки С. Супрун [25] про цілеспрямоване використання мови у воєнних медіа для досягнення конкретних прагматичних цілей.

Прагматичні стратегії мовців у дискурсі війни виконують багатофункціональну роль, адже вони спрямовані на комплексний вплив на сприйняття, оцінку та реакцію аудиторії. По-перше, через свідомий вибір термінів, метафор, контекстуальних рамок та стилістичних прийомів мовці маніпулюють сприйняттям читачів і глядачів, формуючи певний наратив і визначаючи, які аспекти подій будуть помітними, а які – замовчуваними. Наприклад, терміни типу *humanitarian intervention* або *defense of democracy* у статтях *The Washington Post* та *The Guardian* створюють уявлення про моральну виправданість дій держави або коаліції, водночас уникнувши прямих оцінок насильства. Подібним чином, метафори *war as disease* або *war as chaos* у матеріалах *BBC News* та *CNN* спрощують сприйняття складних подій і водночас формують певні емоційні реакції, закріплюючи у свідомості аудиторії конкретні образи конфлікту.

Ці стратегії сприяють формуванню моральних та етичних оцінок учасників конфлікту. Завдяки дихотомії «ми–вони», яка часто прослідковується в англomовних медіа, образи ворога та героя стають чітко окресленими, а дії кожної зі сторін оцінюються через призму доброго та зла. *Politico*, *The New York Times* та *Reuters* активно використовують терміни на кшталт *ruthless dictator*, *terrorist network*, *brutal tactics*, що позбавляє опонента індивідуальних рис та дегуманізує його, водночас героїзуючи власні дії та надаючи їм моральної авторитетності. Як зауважують українські дослідники [5; 23; 30], такий механізм дозволяє медіа виправдовувати військові дії, створюючи у свідомості аудиторії образ ворога як загрози, яку слід нейтралізувати.

Прагматичні стратегії забезпечують виправданість або девиправданість дій політичних і військових суб'єктів. Завдяки лексичному та стилістичному оформленню подій, медіа здатні сформувавши позитивне або негативне сприйняття конкретних рішень. Так, у *The Washington Post* та *Financial Times* часто підкреслюються *national security interests*, *economic sanctions* або *strategic imperatives*, що легітимізує дії держави у контексті забезпечення безпеки та стабільності. Одночасно, висвітлення *war crimes*, *human rights violations* у *Voice of America* чи *Al Jazeera English* делегітимізує агресивні дії опонентів, створюючи у читача відчуття моральної обов'язковості протидії.

Прагматичні стратегії підвищують емоційне залучення аудиторії та мобілізують її до підтримки або опору. Використання історій конкретних людей, цитат очевидців, фотографій з місць конфлікту, а також емоційно забарвлених лексем, таких як *heartbreaking scenes*, *devastated families*, *unimaginable losses*, стимулює емпатію та соціальну активність. Як підкреслюють українські дослідники, зокрема І. Рогальська-Якубова [16] та Л. Колібаба [13], така емоційна риторика консолідує аудиторію, одночасно формуючи колективну пам'ять та спільне ставлення до війни.

Вони створюють когнітивні рамки, які полегшують розуміння складних соціально-політичних явищ. Мова війни у англomовних медіа структурує інформацію, виділяє причинно-наслідкові зв'язки, формує образи героїв та

ворогів, а також задає моральні та етичні орієнтири для аудиторії. Вибір ключових термінів, концептів і метафор дозволяє читачам і глядачам швидко орієнтуватися у подіях та формувати власні оцінки.

Розуміння цих стратегій є критично важливим для розвитку медіа-грамотності, оскільки дозволяє відокремлювати фактичні дані від оцінних суджень і маніпулятивних прийомів, а також усвідомлювати, яким чином мова медіа конструює реальність, формує колективну пам'ять та впливає на громадську думку [21].

Підсумовуючи, можна стверджувати, що прагматичні стратегії мовців у дискурсі війни англомовних медіа є складним поєднанням лексичних, семантичних, метафоричних і стилістичних прийомів, спрямованих на досягнення конкретних комунікативних цілей. Їхнє дослідження дозволяє глибше зрозуміти механізми формування інформаційних наративів, когнітивних та емоційних моделей у сприйнятті війни та підвищує ефективність критичного аналізу медіа-контенту.

### **3.3. Стилiстичнi та експресивнi засоби формування дискурсу війни**

У формуванні дискурсу війни в англомовних медіа важливу роль відіграють стилістичні та експресивні засоби мови, які не лише передають інформацію про події, а й активно впливають на сприйняття аудиторії, формуючи певні образи, емоційні настанови та ціннісні оцінки. Ці мовні ресурси дозволяють медіа не тільки інформувати, а й маніпулювати громадською свідомістю, створюючи певні наративи та інтерпретаційні рамки. Аналіз цих засобів є особливо важливим для розуміння того, як мова може стати не лише засобом повідомлення фактів, а й інструментом впливу на масову свідомість.

Одним із основних стилістичних засобів є метафори, які дозволяють трансформувати складні політичні реалії у зрозумілі та емоційно забарвлені образи. Наприклад, у статтях *BBC News* часто використовуються метафори, що порівнюють політичні конфлікти з природними катастрофами, такими як *storm*

*of controversy* або *tsunami of criticism*, що підсилює відчуття невідворотності та масштабності подій. Ці метафори не лише описують ситуацію, а й формують у читача певне емоційне ставлення до подій.

*The Guardian* активно застосовує метафори війни як боротьби добра зі злом, наприклад: *frontline of freedom* або *defending democracy against tyranny*. Подібні образи створюють моральну рамку для сприйняття подій, де одна сторона постає як захисник цінностей, а інша – як агресор. Це допомагає читачам швидко зорієнтуватися у складних політичних процесах і формує емоційне зацікавлення. Аналогічно, активно застосовуються метафори, які порівнюють політичні процеси з військовими стратегіями, наприклад, *political battlefield* або *strategic maneuvering*. Ці вирази підкреслюють конкурентний характер політики та надають їй динамічності, що може впливати на сприйняття політичних процесів як боротьби за владу.

*The New York Times* часто персоніфікує політичні та військові процеси через метафори, які надають подіям драматичного звучання: *Putin's war of choice* або *the missile onslaught*. Такі вирази концентрують увагу на діях конкретних осіб або держав, підкреслюючи їхню моральну та політичну відповідальність.

*CNN* та *Al Jazeera English* застосовують метафори, що акцентують на людських стражданнях, наприклад: *wave of refugees* або *lives shattered by conflict*. Ці мовні засоби підсилюють емпатію аудиторії та мобілізують її до підтримки гуманітарних ініціатив.

*Reuters* і *Financial Times* часто використовують економічні та стратегічні метафори: *sanctions as a weapon* або *economic frontline*, що підкреслює взаємозв'язок між війною та глобальною політично-економічною ситуацією. Ці метафори допомагають читачам зрозуміти політичну логіку дій держав і формують оцінку їхньої ефективності.

*Politico* застосовує метафори дегуманізації та конструювання образу ворога: *ruthless dictator*, *axis of aggression*. Такі вирази редукують опонента до символу зла або хаосу, що сприяє обґрунтованості військових дій проти нього.

*Voice of America* часто поєднує метафори, що підкреслюють емоційні та

моральні аспекти конфлікту: *humanitarian crisis unfolding або tragedy on the streets*. Це дозволяє формувати уявлення про конфлікт як про соціальну і моральну проблему, що потребує міжнародної уваги.

Метафори в англomовних медіа виконують багатофункціональну роль: вони не лише описують події, а й створюють когнітивні та емоційні рамки для сприйняття, легітимізують дії сторін конфлікту, формують образ ворога і підсилюють моральне та психологічне занурення аудиторії у тему війни.

Анафора та епіфора є потужними стилістичними засобами, які активно застосовуються в англomовних медіа для посилення емоційного впливу та формування сприйняття воєнних подій. Анафора, тобто повторення одного й того ж слова або словосполучення на початку речень, дозволяє створити ритмічну структуру тексту, підкреслити ключові меседжі та акцентувати увагу на діях чи цінностях. Так, у матеріалах *BBC News* часто зустрічається повторення: “*We will rebuild our cities. We will rebuild our communities. We will rebuild our lives.*” Тут анафора “*We will rebuild*” формує образ колективного відновлення після руйнувань і посилює відчуття єдності та рішучості нації.

Подібні приклади можна побачити і в *The Guardian*: “*We cannot ignore the consequences. We cannot ignore the suffering. We cannot ignore the responsibility.*” Повторення “*We cannot ignore*” створює наголос на моральній відповідальності та обов’язку суспільства, підкреслюючи важливість активної позиції щодо війни.

Інший показовий приклад анафори наводить *CNN*: “*We stand with Ukraine. We stand with freedom. We stand with democracy.*” Тут повторення “*We stand with*” не лише формує ритм, а й акцентує моральну та політичну підтримку України, консолідуючи читачів навколо певних цінностей. Всі ці випадки демонструють, що анафора у дискурсі війни виконує функцію мобілізації уваги та емоційного залучення, роблячи ключові ідеї більш запам’ятовуваними та переконливими.

У той же час, епіфора, тобто повторення слова або словосполучення в кінці речень, слугує для підсилення драматичного ефекту та виділення наслідків подій. У матеріалах *Al Jazeera English* зустрічається приклад: “*Civilians are fleeing the city. Families are fleeing the city. Children are fleeing the city.*”

Повторення “fleeing the city” підкреслює масштаб гуманітарної катастрофи та акцентує увагу на стражданнях мирного населення. У *Reuters* епіфора використовується для демонстрації руйнувань: “*The attacks have destroyed homes, schools, and hospitals. They have destroyed trust, hope, and security. They have destroyed lives.*” Повторення слова “destroyed” у кінці речень підсилює відчуття руйнівної сили конфлікту та сприяє формуванню у читача емоційного реагування.

Також приклади епіфор можна знайти у *The Washington Post*: “*We must respond with courage. We must act with courage. We must unite with courage.*” Повторення “with courage” на кінці речень створює мотивуючий ефект, підкреслюючи моральну необхідність рішучих дій, а в *Financial Times*: “*Economic sanctions hit the state. Economic sanctions hit the businesses. Economic sanctions hit the citizens.*” – повторення “hit the” демонструє наслідки санкцій для різних секторів суспільства, роблячи вплив конфлікту більш відчутним.

Застосування анафор і епіфор у дискурсі війни англомовних медіа виконує комплексну функцію: вони підсилюють емоційний вплив повідомлень, формують морально-етичні оцінки, акцентують увагу на ключових подіях і діях, мобілізують аудиторію та допомагають створювати стійкі когнітивні рамки для сприйняття війни. Поєднання цих повторюваних структур дозволяє журналістам не лише інформувати про події, а й активно впливати на громадську думку, консолідувати аудиторію навколо певних цінностей і формувати емоційні реакції, що є характерною особливістю сучасного медіа-дискурсу у часи воєнних конфліктів.

Не менш важливими є стилістичні засоби, які сприяють створенню образу ворога. Використання термінів, що мають негативну конотацію, таких як “*aggressor*”, “*invader*”, “*terrorist*”, допомагає формувати у читача образ іншого як загрози. Ці терміни часто зустрічаються в статтях *Reuters*, де описуються дії супротивника в контексті війни. Вони не лише інформують про події, а й активно формують емоційне ставлення до учасників конфлікту.

У сучасному англомовному дискурсі війни широко застосовуються

евфемізми, які пом'якшують або приховують негативні аспекти військових дій, надаючи їм нейтрального або навіть позитивного забарвлення. Так, у *BBC News* та *The Guardian* термін “*collateral damage*” використовується замість прямого зазначення жертв серед цивільного населення, створюючи враження, що людські втрати є побічним, контрольованим ефектом, а не наслідком агресивних дій. Подібним чином, у *The New York Times* та *CNN* часто можна зустріти вираз “*kinetic operations*”, який замінює слово «бомбардування» або «воєнні атаки», тим самим роблячи конфлікт більш абстрактним і технічним.

У *Al Jazeera English* та *Reuters* застосовуються евфемізми на кшталт “*peace enforcement*” або “*stabilization efforts*”, які подають військові інтервенції як миротворчі або цивілізаційно обґрунтовані дії, що підвищує правомірність державної політики. *The Washington Post* та *Financial Times* використовують терміни “*defensive measures*” або “*strategic adjustments*”, які замінюють прямі військові операції, створюючи у читача відчуття необхідності та виправданості дій.

У матеріалах *Politico* та *Voice of America* можна знайти приклади, коли евфемізми поєднуються з формулюваннями на кшталт “*managing unrest*” або “*addressing threats*”, що маскують насильницькі дії під виглядом адміністративних або безпекових процедур. Такі мовні стратегії дозволяють медіа формувати у аудиторії сприйняття конфліктів як складних, контрольованих процесів, зменшуючи акцент на руйнуваннях, стражданнях і політичній відповідальності.

Використання евфемізмів у провідних англomовних медіа є ефективним засобом маніпуляції сприйняттям аудиторії, обґрунтованості дій держав і формування морально-етичної рамки для оцінки війни.

Особливу увагу слід приділити використанню лексичних засобів, які сприяють створенню образу героїзму та патріотизму. Терміни, такі як “*freedom fighters*”, “*defenders of democracy*”, “*resistance movement*”, активно використовуються в медіа, таких як *The New York Times*, для опису дій певних груп або країн. Ці вирази надають їм моральної виправданості та підвищують їх

статус у свідомості читача.

Водночас, важливо зазначити, що мова війни в медіа не є однозначною. Використання певних стилістичних та експресивних засобів може бути як інструментом маніпуляції, так і способом вираження правди. Тому критичний аналіз медіа-дискурсу є необхідним для розуміння того, як мова може формувати уявлення про війну, її учасників та наслідки. Цей аналіз дозволяє виявити приховані механізми впливу та сприяє розвитку медіа-грамотності серед аудиторії.

Отже, стилістичні та експресивні засоби є потужними інструментами формування дискурсу війни в англомовних медіа. Вони не лише передають інформацію, а й активно впливають на сприйняття подій, формують емоційне ставлення та сприяють створенню певних образів. Розуміння цих механізмів є важливим для критичного сприйняття медіа-продукції та розвитку здатності до аналізу та оцінки інформації.

## Висновки до третього розділу

Проведене дослідження комунікативно-прагматичних та стилістичних особливостей мови війни дозволяє зробити низку важливих висновків щодо функціонування дискурсу війни в сучасних умовах. Аналіз показав, що мова війни виконує не лише інформаційну роль, а й має виражену соціально-психологічну та регулятивну функцію, спрямовану на мобілізацію суспільства, формування відповідного ставлення до подій та консолідацію громадської думки. Дискурс війни виступає засобом конструювання реальності, де через мовні повідомлення створюється образ ворога, підкреслюється моральна правота своєї сторони та обґрунтовується необхідність певних дій, зокрема військових або громадських.

Комунікативно-прагматичні функції мови війни проявляються у різноманітних формах, що охоплюють як офіційні медіа, так і неформальні канали комунікації, включно з соціальними мережами та онлайн-платформами. Виявлено, що мовці активно використовують стратегії переконання, апеляції до емоцій, моральних норм та колективної пам'яті, що дозволяє не лише донести факти, а й сформуванню певну емоційну реакцію слухача або читача. Особлива роль у цьому процесі належить прагматичним прийомам, що спрямовані на вплив на поведінку аудиторії, включаючи заклики до дії, формування страху чи тривоги, а також підтримку патріотичних та ідентичнісних цінностей. Ці стратегії ефективно реалізуються через моделювання мовних актів переконання, наказу, запиту або попередження, що дозволяє маніпулювати як інформаційним, так і емоційним полем сприйняття.

Особливу увагу в дослідженні приділено виявленню стилістичних та експресивних засобів, за допомогою яких конструється дискурс війни. Виявлено, що мовці активно використовують епітети, метафори, гіперболи, риторичні запитання, антитези та інші тропи й фігури, які дозволяють надати висловлюванням емоційної насиченості та образності. Ці засоби не лише підсилюють комунікативну ефективність повідомлень, а й сприяють

формуванню стереотипів, символічних образів та опозицій «своїх» і «чужих». Стилiстичне оформлення мови війни підкреслює драматизм подій, створює відчуття безпосередності та нагальності, а також посилює вплив на аудиторію через акцентування моральної та емоційної значущості висловлюваних ідей.

Дослідження також виявило тісний взаємозв'язок між комунікативно-прагматичними функціями та стилістичними засобами. Прагматичні стратегії мовців реалізуються через вибір лексики, синтаксичних конструкцій та експресивних елементів, що підкреслюють їхні наміри та соціальний статус повідомлення. Наприклад, апеляції до національної ідентичності або моральної правоти супроводжуються використанням високоефективних риторичних прийомів, що підсилюють емоційний та когнітивний вплив на аудиторію. Така взаємопов'язаність свідчить про цілісність дискурсу війни як мовного явища, у якому комунікативні цілі, прагматичні наміри та стилістичне оформлення функціонують у тісній взаємодії.

Результати аналізу дозволяють констатувати, що сучасна мова війни є високопрагматичною, багаторівневою структурованою системою, здатною формувати суспільні уявлення, емоційні реакції та поведінкові установки. Вона поєднує інструменти інформаційного впливу з художньо-експресивними засобами, що забезпечує її ефективність у соціально-політичному та психологічному вимірах. Водночас дослідження підкреслює важливість критичного осмислення та аналізу дискурсу війни, оскільки його засоби формують не лише об'єктивне сприйняття подій, а й суб'єктивну оцінку, здатну впливати на масову свідомість та поведінку громадян.

Загалом, розділ підтвердив, що мова війни є комплексним комунікативним явищем, де прагматичні стратегії мовців, стилістичні та експресивні засоби взаємопов'язані та спрямовані на досягнення конкретних соціальних, психологічних та політичних цілей. Ці висновки створюють надійну базу для подальшого аналізу дискурсу війни у сучасних медіа, що має значення для розвитку лінгвістики, медіа-досліджень та практики комунікації в умовах конфліктів.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження мови війни в англomовних засобах масової інформації дозволяє констатувати її багатовимірну природу, яка включає структурні, семантичні, прагматичні та стилістичні аспекти. Аналіз теоретико-методологічних основ показав, що мова війни є не лише відображенням подій, а й активним інструментом конструювання реальності, здатним формувати суспільну свідомість та впливати на поведінку аудиторії. Виявлено, що її понятійно-термінологічна база включає спеціалізовану лексику, терміни з емоційним забарвленням, а також метафори й евфемізми, які дозволяють створювати певні наративи, символічні образи та моральні оцінки. Такий підхід до вивчення мови війни підтверджує її соціокультурну та політичну функцію як засобу впливу на громадську думку і міжнародні відносини.

Дослідження еволюції мовних репрезентацій війни показало, що дискурс війни у англomовних медіа є динамічним і адаптивним, відображаючи зміни у політичних, соціальних та технологічних контекстах. В історико-дискурсивному аспекті можна простежити, як заголовки, репортажі та аналітичні матеріали трансформувалися від сухих інформаційних повідомлень до складних комунікативних конструкцій, що поєднують фактологічність і емоційний вплив. Це свідчить про прагматичну спрямованість мови війни, яка дозволяє медіа формувати не лише інформаційну картину подій, а й певний емоційний та когнітивний контекст для аудиторії. Семантичний аналіз ключових термінів та концептів виявив часте використання образних та метафоричних моделей, що створюють асоціативні ряди і посилюють вплив повідомлень на сприйняття війни. Такі мовні механізми впливу включають стратегічне застосування позитивних та негативних оцінок, посилення драматизму подій, формування образів «своїх» та «чужих», що дозволяє медіа контролювати інтерпретацію інформації аудиторією.

Аналіз комунікативно-прагматичних функцій дискурсу війни підтвердив, що мова війни виконує різноманітні функції: інформативну, регулятивну,

мобілізаційну, психологічну та ідентифікаційну. Інформаційна функція забезпечує донесення фактів, а прагматичні стратегії дозволяють формувати поведінкові установки, мотивувати аудиторію до певних дій, викликати емоційний резонанс та консолідувати суспільство навколо певних цінностей. Виявлено, що мовці активно використовують заклики до патріотизму, моральної правоти, соціальної відповідальності та колективної пам'яті. Такі комунікативні наміри реалізуються через мовні акти переконання, наказу, попередження чи запиту, що створює складну структуру впливу на свідомість і поведінку громадян.

Стилістичний та експресивний аналіз показав, що мова війни насичена різноманітними тропами та риторичними фігурами, включаючи епітети, метафори, гіперболи, антитези та риторичні запитання, що дозволяє підсилювати емоційний ефект повідомлень. Ці засоби забезпечують драматичність і виразність висловлювань, створюють образи ворога та героя, «своїх» і «чужих», а також формують певний морально-ціннісний порядок. Поєднання стилістичних засобів із прагматичними стратегіями мовців забезпечує ефективне досягнення комунікативних цілей, посилює психологічний вплив на аудиторію та сприяє конструюванню певної версії реальності.

Комплексний аналіз структурно-композиційних та семантичних особливостей заголовків і текстів медіа дозволив визначити основні закономірності побудови дискурсу війни. Заголовки зазвичай виконують функцію привернення уваги, створення емоційного фону та передання ключового змісту, тоді як основний текст поєднує інформаційні факти з оцінками, інтерпретаціями та риторичними акцентами. Таке поєднання створює цілісний комунікативний ефект, який забезпечує одночасне інформування та вплив на емоційний та когнітивний рівень сприйняття. Семантичний аналіз виявив, що ключові терміни та концепти часто реалізуються через метафоричні моделі, що дозволяють створювати асоціативні зв'язки та активізувати уяву аудиторії, формуючи стійкі образи подій, учасників та наслідків війни.

Отримані результати свідчать, що мова війни в англomовних ЗМІ є

комплексним соціально-комунікативним явищем, яке поєднує в собі функції інформування, переконання та емоційного впливу. Вона активно використовує стилістичні й експресивні засоби, прагматичні стратегії та семантичні моделі для формування певних наративів і уявлень про події. Водночас дослідження підкреслює важливість критичного аналізу медіа, адже засоби мови війни не лише відображають реальність, а й створюють її, впливаючи на сприйняття подій та поведінку суспільства.

Загалом, результати роботи підтверджують, що мова війни є високопрагматичною, багаторівневою структурованою системою, здатною формувати суспільні уявлення, моральні оцінки, емоційні реакції та поведінкові установки. Вона поєднує інформаційні, психологічні та риторичні засоби, забезпечуючи ефективний вплив на громадську думку та міжнародні наративи. Це дослідження відкриває нові перспективи для вивчення медіа-комунікацій, мовного впливу та механізмів формування масової свідомості, а також надає практичні рекомендації для журналістів, медіа-аналітиків та фахівців з комунікацій щодо етичного висвітлення військових конфліктів і відповідального використання мовних ресурсів для впливу на аудиторію.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ажнюк Б. М. Мовна політика в Україні (перша чверть XXI ст.) // Вісник НАН України. 2024. № 5. С. 99–112. DOI: 10.15407/vishn2024.05.099.
2. Бенюк Б.-Г. Український театр в часі війни: публіцистичний та науковий дискурс // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2024. № 4. С. 87–104. DOI: 10.32461/2226-3209.4.2024.322930.
3. Бузько С. А. Поповнення словникового складу сучасної української мови неологізмами воєнного періоду // Слобожанський науковий вісник. Серія: Філологія. 2024. № 5. Т. 2. С. 44–59. DOI: 10.32782/philspu/2024.5.2.
4. Галаса І. Український дискурс війни до та після повномасштабного вторгнення Росії // Наукові записки. Серія: Філологічні науки. 2024. № 11. С. 74–89. DOI: 10.32782/2522-4077-2024-209-11.
5. Гарбера І., Непийвода І., Пиндик О. Концепт «війна» у мовній картині світу українських, польських та іспанських студентів: соціолінгвістичний експеримент [Електронний ресурс] / Лінгвістичні студії. 2024. № 48. – Режим доступу: <https://jlingst.donnu.edu.ua/article/view/16465> ([jlingst.donnu.edu.ua](https://jlingst.donnu.edu.ua))
6. Герасименко О. Ю., Кобзарь С. С. Неологізми російсько-української війни: аналіз та специфіка використання // Наукові записки. Серія: Філологічні науки. 2024. № 12. С. 65–78. DOI: 10.32782/2522-4077-2024-209-12.
7. Дворянин П. Мовна проблематика у мас-медійно-дискурсі України (2014–2022): макроструктурні компоненти // Axis Europae. 2022. № 319. С. 53–69. DOI: 10.69550/3041-1467.5.319880.
8. Демська О. Мова в оптиці війни // Folia Philologica. 2024. № 4. С. 23–42. DOI: 10.17721/folia.philologica/2024/8/4.
9. Запорожська Д. М. Вербалізація концепту «війна» в українських рок-поезіях 2022 року // Закарпатські філологічні студії. 2023. № 10. С. 56–78.

10. Ізотова Н. . Інтердискурсивність художнього тексту / Volyn' Filolohichna: Text i Kontext, 2024. № 37. С. 26–44. – Режим доступу: <https://volyntext.vnu.edu.ua/index.php/volyntext/article/view/1097> ([volyntext.vnu.edu.ua](https://volyntext.vnu.edu.ua))
11. Ізотова Н., Жихарева О. Інтердискурсивність художнього тексту: універсальні та ідіосинкратичні властивості [Електронний ресурс] / Studia Philologica. 2025. – Режим доступу: <https://studiap.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/535> ([studiap.kubg.edu.ua](https://studiap.kubg.edu.ua))
12. Ізотова Н., Потапенко С. (ред.). Український дискурс війни: полілог жанрів і стилів. Київ: КНЛУ, 2024. 312 с.
13. Колібаба Л. Мовна політика та дискурс війни у сучасному інформаційному просторі // Українська мова і література в сучасному комунікативному контексті. Київ: НАН України, 2022. С. 89–102.
14. Коц Т. А. Мовна експресія в сучасному інформаційному просторі України // Українська мова. 2022. № 3. С. 25–42. DOI: 10.15407/ukrmova2022.03.025.
15. Олешко Ю. Дискурс війни другої половини XVII ст.: староукраїнська проповідь // Мовні і концептуальні картини світу. 2025. № 2. С. 112–129. DOI: 10.17721/2520-6397.2025.2.10.
16. Рогальська-Якубова І. І. Неологізми тематичної групи «війна» в українському інтернет-дискурсі // Закарпатські філологічні студії. 2023. № 9. С. 11–26.
17. Романюк С. Досвід війни. Медійно-дискурсивний простір сучасної України. Варшава: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, 2024. 220 с.
18. Руда О. Навколомовний дискурс під час російсько-української війни [Електронний ресурс] // Українська мова. 2024. – Режим доступу: <https://ukrmova.iul-nasu.org.ua/navkolomovnyj-dyskurs-pid-chas-rosijsko-ukrayinskoyi-vijny.html>
19. Руда О. Прецедентність як ознака мовного ландшафту Києва // Наукові записки НТУУ «КПІ». 2016. № 12. С. 45–54. – Режим доступу:

<https://ekmair.ukma.edu.ua/items/0a2f160b-2a23-461b-9cf5-ec9a02178ee9>  
([ukrmova.iul-nasu.org.ua](http://ukrmova.iul-nasu.org.ua))

20. Руда О. Урбанолінгвістика в Україні: надбання та перспективи досліджень [Електронний ресурс] // Інститут української мови НАН України. 2021. – Режим доступу: [https://iul-nasu.org.ua/wp-content/uploads/2022/08/12\\_ks\\_94.pdf](https://iul-nasu.org.ua/wp-content/uploads/2022/08/12_ks_94.pdf) ([iul-nasu.org.ua](http://iul-nasu.org.ua))

21. Руденко С. Український спадщинний дискурс поразки російської ідентичності // Хроніка проектів КНЛУ. 2024. С. 67–85.

22. Ситенька О. Сенсуалізація українського дискурсу війни як форма емоційного впливу в медіа // Наукові записки НаУКМА. Філологічні науки. 2023. Т. 6. С. 77–85.

23. Соловей Г., Невмержицька Ю. Маніпулювання історичною пам'яттю росіян для підтримки агресії проти України // Українська історична студія політики пам'яті. 2024. № 4. С. 34–48.

24. Степаненко М.І. Український новітній дискурс війни: функційні виміри, репрезентативна база [Матеріали Міжнародної конф.]. Київ: Національний університет біоресурсів і природокористування України, 2023. С. 198–200. – Режим доступу: <https://dglib.nubip.edu.ua/handle/123456789/4826> ([dglib.nubip.edu.ua](http://dglib.nubip.edu.ua))

25. Супрун С. «Мова перемоги» в інформаційному дискурсі війни [Електронний ресурс] // Вісник КПІ. Серія «Гуманітарні студії». 2022. Вип. 15. С. 34–40. – Режим доступу: <https://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/261720>

26. Тараненко О. Долання евфемізації в «мові війни» українського медійного дискурсу [Електронний ресурс] // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми української термінології». 2017. № 865. С. 23–28. – Режим доступу: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/apr/16140/tararenko.pdf>

27. Царьова І. Новий контрнаступ української мови [Матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. «Мова і право»]. Дніпро: ДДУВС, 2023. С. 269–271. – Режим доступу: <https://er.dduvs.edu.ua/handle/123456789/12626> ([er.dduvs.edu.ua](http://er.dduvs.edu.ua))

28. Царьова І. Сучасний дискурс війни: процеси неологізації [Електронний ресурс] / Лінгвістика. 2023. – Режим доступу: <http://hdl.handle.net/123456789/10281> ([dspace.luguniv.edu.ua](http://dspace.luguniv.edu.ua))
29. Царьова І. Сучасний дискурс інформаційної війни [Електронний ресурс] / Південний архів. 2023. № 95. – Режим доступу: <https://pa.journal.kspu.edu/index.php/pa/article/view/861> ([pa.journal.kspu.edu](http://pa.journal.kspu.edu))
30. Ясакова Н. Національна ідентичність у масмедійному полі війни // Мова. Людина. Світ. 2023. № 12. С. 114–122.
31. Baker, P., McEnery, T. Corpora and Discourse Studies: Integrating Discourse and Corpora. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2015. 239 p.
32. Beard, A. The Language of Politics. 2nd ed. London: Routledge, 2019. 200 p.
33. Bell, A. The Language of News Media. Oxford: Blackwell, 1991. 277 p.
34. Bell, A., Garrett, P. Media Discourse: Critical Perspectives on the Past and Future. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2014. 318 p.
35. Bhatia, A. Discursive Illusions in the War on Terror: The Moralisation of Security. London: Routledge, 2015. 226 p.
36. Briggs, A., Burke, P. A Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet. Cambridge: Polity Press, 2010. 416 p.
37. Charteris-Black, J. Corpus Approaches to Critical Metaphor Analysis. London: Palgrave Macmillan, 2004. 288 p.
38. Chilton, P. Analysing Political Discourse: Theory and Practice. London: Routledge, 2004. 304 p.
39. Chouliaraki, L. The Ironic Spectator: Solidarity in the Age of Post-Humanitarianism. Cambridge: Polity Press, 2013. 248 p.
40. Cunningham-Parmeter, K. War Rhetoric and the Public Sphere: Metaphors, Ideologies, and Media Narratives. London: Lexington Books, 2017. 276 p.
41. Fairclough, N. Language and Power. 3rd ed. London: Routledge, 2015. 283 p.

42. Fowler, R. *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. London: Routledge, 1991. 254 p.
43. Harcup, T., O'Neill, D. What is News? News Values Revisited (again) // *Journalism Studies*. 2017. Vol. 18, No. 12. P. 1470–1488.
44. Hodge, R., Kress, G. *Social Semiotics*. Cambridge: Polity Press, 2001. 225 p.
45. Hodges, A. *The "War on Terror" Narrative: Discourse and Intertextuality in the Construction and Contestation of Sociopolitical Reality*. Oxford: Oxford University Press, 2011. 256 p.
46. Hutchby, I. *Media Talk: Conversation Analysis and the Study of Broadcasting*. Maidenhead: Open University Press, 2006. 210 p.
47. Johnson, R., Ensslin, A., Sutherland, A. (eds.) *Language in the Military: The Politics of the Vernacular in War and Peace*. London: Routledge, 2015. 304 p.
48. KhosraviniK, M. *Social Media Critical Discourse Studies (SM-CDS)* // *Critical Discourse Studies*. 2017. Vol. 14, No. 6. P. 698–712.
49. KhosraviNik, M., Unger, J. W. (eds.) *Digital Warfare in the Social Media Era: Theories, Practices and Discourses*. London: Routledge, 2023. 356 p.
50. Kress, G., van Leeuwen, T. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. 2nd ed. London: Routledge, 2006. 312 p.
51. Lakoff, G. *Don't Think of an Elephant! Know Your Values and Frame the Debate*. 3rd ed. White River Junction, VT: Chelsea Green, 2022. 192 p.
52. Lakoff, G., Johnson, M. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press, 2003. 276 p.
53. Machin, D., Mayr, A. *How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction*. London: Sage, 2012. 248 p.
54. Mral, B., KhosraviNik, M., Wodak, R. (eds.) *Right-Wing Populism in Europe: Politics and Discourse*. London: Bloomsbury, 2013. 368 p.
55. O'Halloran, K. L., Smith, B. A. (eds.) *Multimodal Studies of War: Visual and Verbal Representations in the Media*. London: Routledge, 2020. 330 p.

56. Richardson, J. E. *Analysing Newspapers: An Approach from Critical Discourse Analysis*. London: Palgrave Macmillan, 2007. 270 p.
57. Sunderland, J., Litosseliti, L. (eds.) *Gender Identity and the Language of War*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 2021. 298 p.
58. van Dijk, T. A. *Discourse and Knowledge: A Sociocognitive Approach*. Cambridge: Cambridge University Press, 2020. 374 p.
59. van Dijk, T. A. *Discourse and Power*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2008. 287 p.
60. van Leeuwen, T. *Discourse and Practice: New Tools for Critical Discourse Analysis*. Oxford: Oxford University Press, 2008. 224 p.
61. Wodak, R. *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. London: Sage, 2015. 304 p.
62. Wodak, R., Forchtner, B. (eds.) *The Routledge Handbook of Language and Politics*. London: Routledge, 2017. 704 p.

### **Офіційні вебсайти:**

1. *BBC News* – <https://www.BBC.com/news>
2. *The Guardian* – <https://www.theguardian.com>
3. *The New York Times* – <https://www.nytimes.com>
4. *CNN* – <https://www.CNN.com>
5. *Al Jazeera English* – <https://www.aljazeera.com>
6. *Reuters* – <https://www.Reuters.com>
7. *The Washington Post* – <https://www.washingtonpost.com>
8. *Financial Times* – <https://www.ft.com>
9. *Politico* – <https://www.Politico.com>
10. *Voice of America (VOA)* – <https://www.voanews.com>