

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет української й іноземної філології та журналістики

Кафедра англійської філології та світової літератури

імені професора Олега Мішукова

Концепт «ВІЙНА» в сучасному англійськомовному медіадискурсі

Кваліфікаційна робота (проект)

на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Виконав: здобувач

Спеціальності 035 Філологія

Освітньо-професійної (наукової) програми

Філологія (германські мови та літератури

(переклад включно))

Курлигін Максим Володимирович

Керівник: к. філол. н., доц. Французова К.С.

Рецензент: Соловей Г.С., к. філол. н.,

доцент кафедри англійської мови в судновій енергетиці Херсонської державної морської академії

Івано-Франківськ – 2024

СПИСОК

ВИКОРИСТАНИХ

ДЖЕРЕЛ.....45

ВСТУП

Концепт ВІЙНА є важливим концептом в сучасному медіадискурсі через його велике значення і вплив на суспільство. Він охоплює широкий спектр конфліктів та проблем, і медіа виконують вирішальну функцію в створенні суспільної думки і реакцій на ці явища.

Актуальність вивчення того, яким чином концепт ВІЙНА вербалізується в англійськомовному медійному дискурсі, обумовлюється кількома важливими аспектами. По-перше, ЗМІ мають значний вплив на створення громадських думок і сприймання військових конфліктів. Аналіз мовних засобів і комунікативних стратегій, що використовуються у висвітленні війни, важливий для розуміння того, як ці засоби впливають на громадськість і як можна покращити якість медіа-контенту. По-друге, питання етичності та неупередженості медіа у висвітленні війни все частіше обговорюються у суспільстві. Важливо також наголосити на потребі підвищення медійної грамотності громадян, що допоможе розвивати критичне ставлення до інформації, яка подається у ЗМІ.

Вивченням текстів ЗМІ, медіадискурсу, особливостей лексики, що зустрічається в даних текстах займались Григораш А. М. [4], Желтухіна М. Р. [10], Лебедева Н. М. [19; 20], Масенко Л. Т. [21], і Посиліна К. С. [19; 20; 23], Шевченко І. С. [35], Chafe W. [36], Cook G. [37], Hartley J. [39], Jankowski N. [42], Lasswell H. D. [44], McLuhan M. [46; 47] та інші.

Дослідженню концептів, їх видів, функцій, класифікацій та вербалізації присвятили свої доробки вчені, серед яких Андрусь А. [1], Боровик Я. Ю. [2], Голобородько К. Ю. [3], Джеріх О. С. [7], Дойчик О. Я. [8], Загнітко А. [11], Іващенко В. Л. [12], Климова Ю. [14], Косенко А. В. [16], Парій Є. В. [22], Просяннікова Я. М. [18], Розвод Е. [24], Селіванова

О. О. [25; 26], Скидан Я. [27], Французова К. С. [31; 32], Чернова А. В. [34], Wierzbicka A. [45].

Зв'язок проєкту із науковими планами, програмами і темами.

Даний проєкт виконаний згідно наукової теми кафедри англ. філолог. та світов. літ-ри ім. проф. О. Мішукова Херсонськ. державн. ун-ту – № держреєстрації 0123U103801 «Лінгвокогнітивні, лінгвокультурологічні, наратологічні та перекладознавчі аспекти дослідження художніх та нехудожніх типів текстів».

Об'єкт дослідження – концепт ВІЙНА, поняття «медіадискурс» і суміжні поняття.

Предмет дослідження – вербалізація концепту ВІЙНА у текстах англійськомовного медіадискурсу.

Метою дослідження є виявлення особливостей вербалізації концепту WAR/ВІЙНА у сучасних текстах англійськомовного медіадискурсу.

Згідно поставленої мети роботи необхідно виконати такі **завдання**:

- дослідити поняття «концепт», «ЗМІ», «медіадискурс», «війна»;
- дати класифікацію визначеним та суміжним поняттям;
- розглянути особливості концептів та специфіку їх використання у ЗМІ;
- дослідити концепт ВІЙНА у контексті медіадискурсу;
- визначити особливості використання концепту ВІЙНА в сучасному англійськомовному медіадискурсі.

Методи дослідження – *дефінітивний* (для визначення дефініцій, обґрунтування основних і суміжних понять роботи), *лексико-семантичний* (для дослідження значень слів, що вербалізують досліджуваний концепт), *контекстологічний* (для дослідження контекстів матеріалів

англійськомовного медіадискурсу), *метод концептуального аналізу* (для виявлення специфіки вербалізації концепту ВІЙНА)

Матеріалом дослідження слугували різноманітні англійськомовні засоби масової інформації, зокрема інтернет-джерела, в сюжетах та статтях яких йде мова про війну, збройні та незбройні конфлікти, серед яких «FOX News Channel (FNC)», «Truth Social (TRUTH Social)», «The New York Times», «The European Commission», «The Federal Government», «United Nations» (2022 – 2024 pp.)

Наукова новизна – досліджено концепт WAR/ВІЙНА у контексті ЗМІ і виявлено особливості вербалізації цього концепту у сучасних текстах англійськомовного дискурсу.

Практичне значення дослідження. Матеріали та результати роботи можуть бути ґрунтом задля створення рекомендацій стосовно використання мовних засобів для етичного та об'єктивного висвітлення війни, для підготовки до викладання спецкурсів з когнітивної лінгвістики, написанні наукових і курсових робіт, кваліфікаційних проєктів.

Апробація результатів роботи. Дана кваліфікаційна робота пройшла апробацію:

- 1) участь у XV Всеукраїнськ. студентськ. науково-практ. конф-ції «Іноземні мови у сучасному комунікативному просторі» (4-5.04.2024, Херсон-Хмельницький). Тема доповіді: «Концепт ВІЙНА в сучасному англійськомовному медіадискурсі»
- 2) попередньому захисті кваліфікаційних робіт (проєктів) ОКР «магістр» (кафедра англійськ. філолог. та світов. літератури ім. проф. О.В. Мішукова)

Публікації. Основні положення даної роботи знайшли висвітлення у наступній публікації: Курлигін М.В., Просяннікова Я.М. Концепт ВІЙНА в

сучасному англійськомовному медіадискурсі // Іноземн. мови у сучасн. комунікативн. просторі : зб. наук. пр. за матеріал. XV Всеукраїнськ. студентськ. науково-практичн. конф-ції. 4-5.04.2024. Херсон, Хмельницький : ХНТУ, 2024. С. 38-43.

РОЗДІЛ 1

ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ПРО КОНЦЕПТ ТА МЕДІАДИСКУРС: ВИЗНАЧЕННЯ, КЛАСИФІКАЦІ

1.1 . Визначення поняття «концепт»

Поняття «концепт» не має єдиного універсального визначення, адже воно розвивалося в різних наукових контекстах і галузях знання. У загальному розумінні концепт – це ментальна сутність, що відображає зміст понять або явищ і є результатом когнітивної діяльності. Він об'єднує в собі ментальні уявлення, культурні значення та емоційні асоціації, пов'язані з певним явищем або об'єктом. Саме слово «концепт» походить від латинського «conceptus», що означає «зміст, уявлення, задум». Спочатку цей термін використовувався у філософії і риторичі для позначення ідей та уявлень, які лежать в основі когнітивної діяльності людини. У середньовічній схоластиці концепт сприймався як абстрактна категорія мислення, що відображає загальні уявлення про об'єкти і явища. У XX столітті «концепт» став центральним поняттям у когнітивній лінгвістиці та культурології. Лінгвісти почали досліджувати концепти як важливі компоненти мислення і мовлення, що пов'язують внутрішні ментальні моделі зі світом, в якому живе людина.

Селіванова О. вважає концепти певними організованими одиницями пам'яті в свідомості, які містять набір досвіду щодо об'єкту пізнання. Ця інформаційна структура формує основу для розуміння навколишнього світу та впливає на сприйняття реальності [25].

В. В. Жайворонок вважає, що концепт включає не лише предметний зміст або співвіднесеність із певною реалією, але й слово — ім'я реалії [9, с. 23-25].

У вивченні концептів виділяють два основні підходи: когнітивний та лінгвокультурологічний.

1). Когнітивний підхід. Когнітивна лінгвістика розглядає концепти як ментальні утворення, які організують знання про світ у свідомості людини. Це підхід підкреслює зв'язок між мовою, мисленням і сприйняттям реальності. Дослідники, такі як Р. Джонсон, Дж. Лакофф та Р. Лангакер, стверджують, що концепти створюються на базі чуттєвих знань і різноманітних взаємодій із оточенням, і вони складають когнітивні структури, що відображають знання та досвід людини [1; 7].

В рамках цього підходу концепти можуть мати різну структуру: наприклад, вони можуть бути однорівневими, багаторівневими чи сегментними, залежно від рівня абстракції та організації елементів. Також існує поділ на категоріальні та теософські концепти, які відображають різні аспекти людського пізнання [22].

Якщо розглядати концепт з точки зору когнітивної лінгвістики, то його вважають ментальною одиницею, яка відображає знання людини про світ. Він тісно пов'язаний з поняттями «образ світу», «знання» та «ментальні структури». Лінгвісти вважають, що концепти не є чіткими і статичними структурами, вони можуть змінюватися в залежності від контексту, культурного середовища та досвіду мовця. Американський лінгвіст Георгій Лакофф у своїй праці «Метафори, якими ми живемо» зазначає — концепти мають здатність формувати метафоричні системи, через які ми розуміємо складні поняття на основі простіших. «Наше розуміння, відчуття і мислення — це питання тілесного досвіду, і більшість концептів структуровані на базі цього досвіду» [43].

2). Лінгвокультурологічний підхід, представлений такими науковцями, як Н. Д. Арутюнова і А. Вежбицька, акцентує увагу на зв'язку концептів з культурним контекстом. Він вивчає, як концепти відображають культурні цінності, традиції та ідентичності. Цей підхід вважає концепти не лише ментальними утвореннями, а й важливими елементами національної пам'яті, що зберігають культурні особливості та соціальні норми [7; 22].

Лінгвокультурологи досліджують, як мовні засоби представляють культурні концепти, вивчаючи їх вплив на формування світосприйняття. Це дозволяє глибше зрозуміти, як різні культури інтерпретують реальність через призму своїх концептів [7; 22].

У лінгвокультурології концепт розглядається як носій культурної інформації, яка передається через мову. Він включає у собі культурні, історичні та соціальні аспекти, що формують мовну свідомість спільноти. Концепти відіграють важливу роль у формуванні національної ідентичності, оскільки відображають специфіку світогляду певного народу.

Обидва підходи є взаємодоповнюючими, адже когнітивний підхід може пояснити механізми формування концептів, тоді як лінгвокультурологічний підхід зосереджується на їх культурній значущості.

Олена Селіванова у своїй праці «Сучасна лінгвістика: напрями і проблеми» зазначає: «Ми обстоюємо концепт як інформаційну когнітивну структуру свідомості, певним чином організовану та вбудовану до колективної чи індивідуальної концептосистеми. Зв'язки концепту із внутрішнім лексиконом (знаннями в мові та про мову) підпорядковані механізмам взаємодії, кодовим переходам вербального й концептуального у свідомості людини.». Це означає, що концепти не є статичними одиницями, вони постійно змінюються під впливом нових знань і досвіду [26, с. 417-418].

Поняття вербалізації і актуалізації концепту пов'язані з процесами вираження абстрактних ідей, але мають певні відмінності.

Вербалізатор концепту стосується мовних засобів, через які абстрактний концепт виражається в мові. Вербалізація — це перетворення ідеї, думки або концепту в конкретні лексичні одиниці, такі як слова чи словосполучення. Це може бути здійснено за допомогою метафор, синонімів чи інших стилістичних засобів, що передають сутність концепту [2; 27].

Актуалізатор, на відміну від цього, фокусується на тому, як концепт проявляється у певному контексті або ситуації, роблячи його значимим для сприйняття у конкретний момент. Актуалізація — це процес конкретизації концепту, коли певний зміст набуває значення через контекст, в якому його використовують. Це пов'язано з тим, як концепт проявляється у свідомості та комунікації, впливаючи на його розуміння та інтерпретацію [8; 16].

Отже, вербалізатор допомагає виявити концепт через мовні засоби, а актуалізатор робить його значущим у певному контексті. Важливо розуміти, що актуалізатор може включати в себе вербалізатор, але функція першого є ширшою — він привертає увагу до концепту у більш широкому контексті мовлення або тексту.

1.2. Класифікації, види і функції концептів

Класифікації концептів є фундаментальним аспектом їхнього вивчення, оскільки вони допомагають зрозуміти, як концепти функціонують у різних когнітивних і культурних системах, а також які значення вони несуть у мові. Концепти можна класифікувати за різними критеріями, включаючи їхні змістовні, функціональні та структурні характеристики. Залежно від підходу до класифікації, науковці

виокремлюють кілька типів концептів: семантичні, когнітивні, культурні та інші.

Для початку, розглянемо базову класифікацію. Сюди входять концепти-фрейми, -уявлення, -сценарії, -гештальти тощо.

Поняття — це один із видів концептів, що відображає узагальнені знання про об'єкти, явища або процеси. У когнітивній лінгвістиці поняття — це більш раціональне та абстрактне представлення реальності. Воно фокусується на суттєвих ознаках, які можна чітко окреслити. Поняття має стабільні межі і чітку структуру, на відміну від *концепту*, що включає в себе емоційні, культурні та образні складники.

Основна різниця між термінами концепт і поняття – в тому, що концепти вважають ширшими ментальними утвореннями, які саме й містять в собі поняття, але також охоплюють культурні та суб'єктивні аспекти сприйняття світу. Концепт може мати складнішу структуру, включаючи такі компоненти, як образ, інформаційний зміст і інтерпретаційне поле, які пов'язані з конкретною культурною або соціальною традицією.

Концепти-уявлення (або ментальні образи) – це спрощені моделі реальності, які відображають наше сприйняття об'єктів або явищ. Це зорові, звукові або інші сенсорні образи, що існують у нашій свідомості. І. Стернін визначає їх як «узагальнені чуттєво-наочні образи, які відображають предмети чи явища» [14].

Концепт-фрейм – це когнітивна структура, яка включає стандартизовані знання про об'єкт або ситуацію. Фрейм організовує інформацію через типові компоненти й зв'язки між ними. Наприклад, концепт «магазин» містить такі компоненти, як товари, покупці, продавці, ціна тощо. Фрейми часто використовуються у когнітивній лінгвістиці для

пояснення того, як ми організуємо свої знання і як вони впливають на наше мовлення [11].

Концепт-сценарій (або скрипт) репрезентує стереотипні епізоди або послідовності дій у стандартних ситуаціях. Наприклад, сценарій «ресторан» включає послідовність дій: прихід до ресторану, замовлення, прийом їжі, оплата. Скрипти часто використовуються в дитячому віці через наслідування дорослих або через книжки й фільми, що дають уявлення про певні ситуації [11].

Гештальт – це когнітивна структура, яка об'єднує окремі елементи в цілісний образ. Цей термін походить із психології, де він описує принцип сприйняття як цілісну структуру. У когнітивній лінгвістиці гештальти використовуються для опису мисленневих моделей, що допомагають людям зібрати розрізнені елементи в одну картину [24; 34].

С. Аскольдов-Алексєєв розрізняє *пізнавальні концепти*, що забезпечують раціональне відображення реальності, та *художні концепти*, які є засобом вираження образних, емоційних і асоціативних значень [11].

Олена Селіванова у своїй праці «Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія» виділяє кілька видів концептів: *ідіоконцепти* (індивідуальні концепти, які формуються у свідомості окремої людини на основі її досвіду), *узуальні концепти* (концепти, характерні для певної соціальної групи або професії), *етноконцепти* (формуються у свідомості представників певної етнічної спільноти, відображаючи культурні особливості), *загальнолюдські концепти* (універсальні поняття, які існують у свідомості всіх людей, незалежно від їхньої культури, такі як «справедливість» або «вірність») [11; 34].

А. Вежбицька визначає *концепт-мінімум* як базовий набір уявлень про об'єкт або явище, тоді як *концепт-максимум* включає всі асоціації та знання, пов'язані з цим об'єктом. Наприклад, концепт-мінімум для слова

«дерево» охоплює лише базові риси (рослина з корінням і листям), тоді як концепт-максимум включає всі знання про конкретні види дерев, їхні символічні значення, емоційні асоціації та використання в культурі [11; 34].

О. Кубрякова класифікує концепти наступним чином: *прості концепти* (елементарні одиниці знання, які безпосередньо пов'язані з реальністю), *складні концепти* (включають більш абстрактні або комплексні структури знання), *первинні* та *вторинні концепти* (первинні концепти формуються на основі безпосереднього досвіду, тоді як вторинні виникають у процесі узагальнення або абстрагування) [11].

І. Стернін виділяє три типи концептів: *однорівневі концепти* (прості одиниці знання), *багаторівневі концепти* (складаються з кількох рівнів складності), *сегментні концепти* (концепти, що можуть бути поділені на частини або сегменти для аналізу) [14].

Розглянувши основну класифікацію, перейдемо до доповнених, вузьконаправлених.

Семантична класифікація концептів базується на аналізі лексичних значень, які вони представляють, і того, як ці значення відображають різні аспекти реальності. Вона також враховує можливість багатозначності та варіативності в значеннях, що дозволяє концептам існувати в різних контекстах. Згідно неї концепти поділяються на:

- *Конкретні* — ті концепти, які чітко уявляються і асоціюються з фізичними об'єктами чи явищами реального світу. Вони мають стабільне значення, яке легко ідентифікується. Концепти БУДИНОК, ДЕРЕВО, СОНЦЕ чітко відповідають конкретним об'єктам, які існують у реальності. У цих випадках відсутня значна варіативність в інтерпретації концепту, оскільки він базується на загальновідомих об'єктах.

- *Абстрактні* — ці концепти стосуються абстрактних категорій, які не мають конкретного фізичного відображення. Вони позначають уявлення про ідеї або властивості, що існують лише на рівні мислення. Як приклад, концепти СПРАВЕДЛИВІСТЬ, КРАСА, МОРАЛЬ є абстрактними і їхні значення можуть змінюватися залежно від філософських або культурних контекстів. Ці концепти підлягають глибокій інтерпретації, оскільки вони відображають складні ментальні уявлення.

- *Емоційні* — це концепти, які пов'язані з почуттями і емоціями, що виникають у людини під впливом певних явищ. Наприклад, концепти ЛЮБОВ, СТРАХ, ЩАСТЯ мають емоційне забарвлення і можуть мати різні конотації залежно від індивідуального сприйняття та культурного контексту. Емоційні концепти можуть бути більш складними для аналізу, оскільки емоції, які вони відображають, можуть варіюватися між індивідами і культурами.

- *Етичні* — вони відносяться до сфери моралі, зокрема, до уявлень про добро і зло. Концепти ЧЕСТЬ, СПРАВЕДЛИВІСТЬ, МИЛОСЕРДЯ формують основні елементи етичних систем і мають значення, які змінюються залежно від епохи або культурних традицій. Наприклад, етичні концепти можуть відображати не лише моральні стандарти, а й культурні ідеали, які відрізняються у різних спільнотах.

- *Темпоральні* — це концепти, що стосуються часу та його аспектів – ВЧОРА, СЬОГОДНІ, ЗАВТРА, МИТЬ, ВІЧНІСТЬ. Темпоральні концепти відображають наше сприйняття часу та його вплив на наше розуміння подій.

- *Просторові* — концепти, які визначають просторові уявлення, такі як ВИЩЕ, НИЖЧЕ, БЛИЗЬКО, ДАЛЕКО. Вони допомагають людям орієнтуватися в просторі та організовувати свої дії щодо навколишнього середовища.

Семантичний аналіз концептів дозволяє дослідити, як мовні одиниці відображають когнітивні структури знань. Семантичний аналіз концептуальної системи мови дає змогу виявити зв'язок між лексичними одиницями та значеннями, які вони кодують у свідомості людини. Концепти є результатом когнітивної діяльності та узагальнення знань [26, с. 95]. Це підкреслює, що концепти структурують наше сприйняття реальності через систему значень у мові.

Когнітивна класифікація концептів базується на тому, яку роль концепти відіграють у процесах мислення та пізнання. Концепти розглядаються як когнітивні одиниці, що є основою організації знань у свідомості людини. Згідно з цим підходом, концепти не лише відображають знання про світ, але й впливають на те, як ми це знання категоризуємо і структуруємо. До таких концептів відносять:

- *Основні (базові)* — це фундаментальні концепти, які є спільними для більшості культур і відіграють центральну роль у системі знань. До них належать концепти, які стосуються найбільш загальних та універсальних уявлень про світ, такі як ЖИТТЯ, СМЕРТЬ, ПРИРОДА, ЛЮДИНА. Вони є основою для формування складніших концептів.

Ситуативні — концепти, що формуються в результаті певної ситуації або події і мають специфічне значення лише у відповідному контексті. Ці концепти можуть змінювати своє значення в залежності від обставин і мають варіативний характер. Наприклад, ситуація «війна» може трактуватися по-різному залежно від історичного або соціального контексту: як акт агресії, героїзму, захисту чи трагедії.

- *Індивідуальні* — це концепти, що відображають індивідуальний досвід і уявлення певної особи. Вони можуть варіюватися залежно від індивідуального життєвого шляху, культурного оточення та особистого

сприйняття. Індивідуальні концепти унікальні для кожної особистості, оскільки базуються на особистих спогадах, переконаннях і досвіді.

- *Прототипічні* — це концепти, що базуються на найбільш типовому прикладі певної категорії. Наприклад, для категорії ПТАХИ прототипічним концептом буде ГОРОБЕЦЬ, оскільки він відповідає загальним ознакам цієї категорії. Інші менш типові приклади, як-от ПІНГВІН чи СТРАУС, можуть бути менш прототипічними концептами.

- *Метафоричні* — це концепти, що створюються через метафоричне перенесення властивостей одних об'єктів або явищ на інші. Наприклад, концепт ЖИТТЯ ЯК ПОДОРОЖ є метафоричним і допомагає нам зрозуміти абстрактне поняття через знайомий образ.

- *Сценарні* — це концепти, що організовують знання про типові ситуації або події. Наприклад, концепт ВЕЧЕРЯ містить сценарій, який описує очікуваний порядок дій, що супроводжує цей процес (запрошення, приготування їжі, спілкування тощо).

Олена Селіванова у праці «Сучасна лінгвістика: напрями і проблеми» зазначає, що когнітивні концепти — це не лише одиниці мислення, але й активні учасники процесу організації знань, які впливають на те, як людина категоризує й розуміє навколишній світ. Це підкреслює важливість когнітивного підходу до вивчення концептів, оскільки він дозволяє досліджувати глибокі когнітивні механізми, за допомогою яких людина структурує своє знання [26, с. 403-409].

Функції концептів допомагають людям ефективно організовувати знання, спрощувати інформацію та висловлювати індивідуальні та колективні оцінки. Вони відіграють ключову роль у комунікації і когнітивних процесах, роблячи абстрактні ідеї зрозумілими та доступними для осмислення. У філологічній науці концепти виконують численні функції, серед яких можна виділити кілька найважливіших: когнітивну,

комунікативну, регулятивну, семіотичну, інтегративну, репрезентативну, евристичну, аналітичну, естетичну, оцінну та інтерпретаційну.

Таким чином, концепти є складними, багатофункціональними утвореннями, що відіграють ключову роль у мовній, культурній і когнітивній діяльності людини. Їхні функції включають когнітивне структурування світу, регуляцію комунікативних процесів, вираження цінностей та норм, а також створення естетичних та художніх образів. У сучасних наукових дослідженнях концепти досліджують за допомогою різноманітних методик, включаючи концептуальний аналіз, асоціативні експерименти та когнітивно-семантичні дослідження.

1.3. Визначення термінів «медіа», «медіапростір», «дискурс» та «медіадискурс»

У сучасному інформаційному середовищі терміни "медіа", "дискурс" та "медіадискурс" набувають особливого значення, оскільки вони відображають різноманіття комунікаційних практик та способів взаємодії з інформацією.

Медіа — це інша назва засобів масової інформації (ЗМІ). Основними вважаються радіо, телебачення, інтернет-платформи, а також різні друковані видання. Вони виконують функцію комунікативного каналу між продуцентами інформації та аудиторією. Сучасні дослідники відзначають, що медіа є не лише посередником, але й активним учасником процесу конструювання соціальної реальності. Це явище пов'язане з тим, що медіа не просто відтворюють події, а й формують суспільні дискурси, впливають на світогляд і поведінку людей.

Розвиток медіа почався з появи друкованих газет, а згодом — радіо та телебачення. Сьогодні найбільш впливовим засобом комунікації є

цифрові медіа, особливо соціальні мережі. Однією з важливих функцій медіа є інформування громадськості про події та новини. Проте, медіа також формують думки, створюють суспільні настрої та навіть керують політичними і соціальними процесами через маніпулятивні техніки.

Маршал Маклюен — один з основоположників теорії медіа, його відома фраза "медіум є повідомленням" підкреслює, що сам спосіб подачі інформації має більше значення, ніж її зміст. Його роботи, такі як "Розуміння медіа", досліджують, як технології змінюють сприйняття світу людьми. Він виділяв різні типи медіа (гарячі та холодні), пояснюючи, що різні засоби інформації по-різному впливають на взаємодію людей з інформацією. Його ідеї втілилися в аналізі впливу цифрових технологій, що мають вирішальну роль у сучасному медіапросторі [47].

Інший дослідник, Гарольд Лассвелл, запропонував модель комунікації, яка включає такі елементи: хто (комунікатор), що (повідомлення), як (канал), кому (аудиторія) і з яким ефектом (результат). Його модель аналізує, як медіа впливають на різні соціальні групи та як формуються різні реакції на одну й ту ж інформацію [44].

Серед досліджень, присвячених медіа, можна виокремити працю Джона Томпсона "Медіа і сучасна соціальна теорія", де досліджуються соціокультурні впливи медіа на структуру суспільства. Томпсон аналізує, як медіа-технології трансформують суспільну взаємодію, а також яким чином вони впливають на розподіл влади в суспільстві [54].

Медіа не є нейтральними — вони можуть бути використані як інструмент політичного впливу та контролю. Наприклад, у деяких авторитарних режимах медіа контролюються державою, що дозволяє формувати наративи, вигідні владі. Така взаємодія між медіа та політикою часто називається медіакратією — ситуацією, коли медіа здатні

маніпулювати суспільною думкою, впливати на вибори і формувати політичні еліти.

Медіапростір — це сфера, де відбувається комунікація через засоби масової інформації. Він охоплює всі можливі платформи та формати передачі інформації, від традиційних газет і телебачення до сучасних соціальних мереж і блогів. Медіапростір є рухливим явищем, котре безперервно перемінюється під впливом технологічних новацій та соціальних змін.

Медіапростір значною мірою визначає те, як люди сприймають інформацію та взаємодіють між собою. Важливо зазначити, що з розвитком інтернету медіапростір став набагато складнішим і різноманітнішим. Тепер комунікація відбувається не тільки у форматі "зверху вниз", коли засоби масової інформації передають інформацію аудиторії, але й у форматі "знизу вгору", коли користувачі медіаплатформ активно створюють контент та впливають на його поширення.

Одним із ключових науковців, який розробляв ідеї медіапростору, є Мануель Кастельс. У своїх працях, зокрема "Сила комунікації", він розглядає медіапростір як невід'ємний елемент інформаційного суспільства, де комунікація стає джерелом влади. Він досліджує роль мережевих структур, які дозволяють глобалізувати інформаційний обмін та впливають на політичні процеси через медіа. Кастельс наголошує на важливості інформаційних технологій у сучасному суспільстві та їхньому впливі на всі аспекти життя.

Медіапростір також стає місцем для взаємодії різних культурних і соціальних груп, які використовують медіа для конструювання своєї ідентичності. Наприклад, через соціальні мережі спільноти можуть формувати власні дискурси та ідеології, які впливають на широкую аудиторію.

Робота "Сила комунікації" Мануеля Кастельса є ключовим джерелом для розуміння медіапростору в сучасному світі. В ній автор аналізує вплив цифрових технологій на політику, економіку та культуру, досліджуючи, як медіапростір стає головним полем боротьби за владу та вплив [13].

Дискурс — це форма мовленнєвої діяльності, яка включає не лише висловлювання, але й контекст їхньої інтерпретації. Дискурси можуть бути різними — політичними, юридичними, медичними, але всі вони пов'язані з певними соціальними практиками та владними відносинами.

Мішель Фуко визначає дискурс як механізм влади, через який суспільство встановлює, що є "нормальним" або "істинним". Дискурс створює можливість для легітимації влади і водночас обмежує свободу висловлювань через визначення, які типи мови та комунікації є прийнятними. Фуко аналізував дискурс у контексті історії та політики, стверджуючи, що знання і влада нерозривно пов'язані. Він підкреслював, що дискурс не є нейтральним і завжди включає в себе елементи боротьби за владу. Його дослідження вплинули на розвиток таких напрямків, як критичний аналіз дискурсу та соціальна лінгвістика [33].

Медіадискурс — це особливий вид дискурсу, який формується в межах медіапростору. Він охоплює всі тексти, повідомлення та висловлювання, які передаються через медіа, а також їхні інтерпретації аудиторією. Медіадискурс не є нейтральним — він часто включає в себе елементи маніпуляції та впливу.

Медіадискурс є ключовим у формуванні суспільної думки та світогляду. Через медіадискурс формуються стереотипи, підтримуються або кидаються виклики суспільним нормам. Дослідники зазначають, що медіадискурс також є полем боротьби між різними політичними та ідеологічними силами, які намагаються впливати на аудиторію.

М. Р. Желтухіна розглядає медіадискурс з позицій його здатності відображати суспільні ідеологічні конфлікти. Вона зазначає, що медіадискурс не є нейтральним і відображає боротьбу різних соціальних груп за право на інтерпретацію реальності [10, с. 27-40].

У медіадискурсі концепти є ключовими елементами, через які формуються ідеологічні наративи. Медіа використовують певні концепти для того, щоб конструювати певні уявлення про реальність. Наприклад, концепти "демократія", "свобода" або "безпека" часто використовуються в політичному медіадискурсі для легітимації певних дій або політичних програм.

Об'єднуючи ці поняття, ми можемо стверджувати, що медіа, дискурс і медіадискурс є взаємопов'язаними елементами комунікаційного середовища, які формують не лише інформаційний контент, але й більш глибокі уявлення про світ, суспільство та особистість.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ ВІЙНА В АНГЛІЙСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРИ

2.1. Історія становлення та обґрунтування концепту WAR в англійськомовній картині світу

Дослідження вербалізації ВІЙНА допомагає виявляти можливі спроби маніпуляцій або спотворення інформації, сприяючи підвищенню рівня етичності та об'єктивності медійного дискурсу [39].

Вивчення концепту ВІЙНА у медіадискурсі має велике значення, оскільки ЗМІ є одними з основних джерел інформації для суспільства, і активно впливають на уявлення людей про військові конфлікти. Медіа визначають, як саме війна сприймається аудиторією, використовуючи для цього різні мовні засоби та стратегії [12, с. 54-61]. Вплив ЗМІ на формування порядку денного в суспільстві визначає, які аспекти конфліктів висвітлюються найактивніше, як їх подають та тлумачать. Аналіз вербалізації ВІЙНА дозволяє краще зрозуміти, як ЗМІ передають інформацію про війну.

Медійний дискурс є важливим інструментом для аналізу мовленнєвих практик і взаємодії між комунікаторами [4, с. 49-53]. Він дає можливість викрити мовні прийоми, які застосовуються задля створення певного образу, виправдання або засудження воєнних дій, формування емоційних оцінок й інших елементів вербалізації концепту ВІЙНА. Дослідження таких аспектів допомагає зрозуміти, як мовні засоби впливають на громадське сприйняття та ставлення до війни.

Семантичний підхід до вивчення концептів зосереджується на аналізі лексичних значень слів, які відображають певний концепт, а також на тому,

як ці значення змінюються в різних контекстах. В основі цього підходу лежить ідея, що концепт існує як ментальна сутність, відображена через мовні знаки (слова), які утворюють систему семантичних зв'язків. Лексеми є зовнішнім вираженням концепту в мові, і їхнє значення залежить від контексту вживання.

Згідно з семантичним підходом, концепт ВІЙНА включає не лише буквальне значення збройного конфлікту, але й широкий спектр додаткових значень, які виходять за межі реальної війни. Наприклад, концепт може використовуватися метафорично: *«війна ідей»*, *«війна нервів»* або *«інформаційна війна»*. Такі фрази демонструють здатність концепту до розширення свого значення залежно від контексту.

Концепти також виступають як культурні «медіатори», через які можна зрозуміти соціальні та культурні цінності – концепт ВІЙНА в українській культурі має свої конотації, зокрема пов'язані із захистом незалежності, патріотизмом та історичною пам'яттю, тоді як в інших культурах акценти можуть бути інші.

Концепти тісно взаємодіють з іншими ментальними структурами, такими як категорії, образи та сценарії. У процесі мислення концепти допомагають людині створювати образи та концептуальні моделі реальності. Як приклад, концепт ВІЙНА може взаємодіяти з концептами ГЕРОЙ, ЗАХИСТ, СТРАХ тощо, створюючи певні ментальні сценарії, що структурують наше розуміння конфліктів та їхніх наслідків. Концепти також відіграють важливу роль у комунікації, оскільки через них передається не лише інформація, але й емоційні та культурні конотації. У різних мовних культурах концепт ВІЙНА може нести різний емоційне забарвлення: для великої кількості українців, після початку російсько-української війни, це символ боротьби за незалежність і виживання нації; в інших же культурах, давно забувши про масштабні конфлікти, цей

концепт може сприйматися більш абстрактно, як загальний негативний феномен [21; 43].

Як приклад, концепт ВІЙНА включає в себе універсальне ядро, яке означає «збройний конфлікт між двома або більше сторонами». Але його периферійні елементи можуть відрізнятися в різних культурах та особистостях: для когось «війна» може асоціюватися з героїзмом, перемогою та самопожертвою, для когось — з руйнуванням, стражданням та біллю.

Одним із ключових методів концептуального аналізу є виділення концептуальних ознак, що формують структуру концепту. Цей підхід дає змогу вивчити специфічність відображення знань і досвіду у мові різних культур. Методика дослідження передбачає кілька етапів: спочатку досліджуються мотивуючі ознаки через етимологічні словники, потім — понятійні ознаки за допомогою лексикографічних джерел, а також аналізується метафорична сполучуваність для визначення образних ознак.

Ставлення до війн у мовній картині світу має свої особливості, які виражаються у чисельному складі певних лексем, пов'язаних із цим концептом. В англійськомовній картині світу війна часто асоціюється із збройними діями за межами країни для захисту національних інтересів.

Після етимологічного аналізу можна побачити наступне – слово *"war"* починає свій розвиток зі староанглійської мови, а саме з лексичної одиниці *"werre"* (близько 1050 року), яке, у свою чергу, виникло зі старофранцузького слова *"werre"*, яке має коріння у франкському *"werra"* (сварка) і прото-германському *"werrō"* (сму́та). Початкове значення лексеми *"werre"* — *"confusion"* (веремі́я), *"discord"* (хаос, розбрат), *"strife"* (каламута як іменник, та *"to strife"* – *"каламутити"* – як дієслово).

Цікавим є факт, що жоден з ранніх германських народів не мав "живого слова" для точного позначення "війни", хоча окремі слова з таким

значенням збереглися в поезії, притчах та особистих іменах. Романські народи, своєю чергою, уникали латинського *"bellum"*, яке схоже на *"bello"* (гарний), і не змогли знайти кращого еквівалента, ніж *"werra"*. У староанглійській мові ординарним перекладом лексеми *"bellum"* було *"æwin"* (сварка). Окрім цього, староанглійська мова була багата на поетичні слова, які позначували війни, таких як *"gyp"*, *"hild"*, *"hearo"*, *"wig"*, які часто зустрічалися у особистих іменах. Пізніше у континентальних тевтонських мов з'явилися власні лексичні одиниці для опису війон, наприклад, німецька лексема *"krieg"*, від якого походять шведська та датська *"krig"*, а також ісландська *"ófriðr"* (неспокій).

Деякі значення концепту ВІЙНА вийшли з ужитку і стали архаїзмами. Наприклад, слова *"engagement"* (боротьба) вживалися у значенні *"заняття"* (1320 р.), *"hostile attack"* — у значенні *"ворожий напад"* (1386 р.), *"manner of fighting"* — як *"спосіб боротьби"* (1456 р.), *"instruments of war"* — як *"зброя"* (1667 р.), а також *"tournament, joust"* — у значенні *"рицарський поєдинок"* (1375 р.) [50].

Аналіз синонімів до слова *"war"* в англійській мові показує наявність кількох синонімічних рядів, зокрема:

- *"conflict"*, *"fighting"*, *"battle"*, *"struggle"*, *"warfare"*, *"combat"*, *"hostilities"*. Головним у цьому ряді є значення *"озброєний конфлікт"*;
- *"campaign"*, *"operation"*, *"mission"*, *"drive"*. Тут домінує значення *"кампанія"*;
- *"lack of agreement"*, *"conflict"*, *"discord"*, *"dissension"*, *"division"*. Основне значення — *"розлад"*;
- *"competition"*, *"contest"*, *"rivalry"*, *"struggle"*. У цьому ряді головним є значення *"змагання"*;
- *"art of war"*, *"military science"*, *"strategy"*. Головне значення — *"військова наука"*;

- *"business competition", "price war", "business rivalry"*. Тут домінує значення *"бізнес-конкуренція"*.

Концепт ВІЙНА має складну структуру, яка включає ядро та периферію.

У ядерній частині концепту міститься значення *"armed conflict between two or more sides"* (збройний конфлікт між двома або більше сторонами), яке є базовим і зустрічається у всіх розглянутих словниках.

Приядерна зона містить такі значення:

- *"state of hostility, conflict, or antagonism"* (стан ворожнечі або конфлікту);
- *"a situation in which a person or group is fighting for power, economic influence, or control in business"* (ситуація боротьби за владу або економічний вплив);
- *"a determined and organized effort or campaign to control or stop something"* (цілеспрямовані дії або кампанія для досягнення контролю).

У ближній периферії можна побачити такі значення:

- *"a struggle or competition between opposing forces"* (боротьба або змагання між протилежними силами);
- *"the art or science of warfare"* (мистецтво ведення війни).

Дальня периферія містить значення *"weapons and equipment for war"* (зброя та військове обладнання).

Отже, словникові джерела подають різні тлумачення терміну "війна". У деяких випадках війна описується коротко, а в інших — наводяться детальніші описи. Базуючись на отриманих даних, можна зробити висновок: у ядрі концепту знаходиться значення "збройний конфлікт між сторонами", а приядерна зона включає такі аспекти, як "стан ворожості", "боротьба за владу" та "кампанія для контролю". Периферійні значення

включають “мистецтво ведення війни” та “змагання між силами” у ближній периферії, а “зброя та техніка” відносяться до дальньої периферії.

2.2. Концепт ВІЙНА в сучасних англійськомовних ЗМІ

У сучасному медіадискурсі війна не тільки описується як фізичний конфлікт, але й представляється через призму культурних, ідеологічних та політичних наративів. Це робить концепт війни важливим для розуміння не лише самої суті конфліктів, але й того, як вони впливають на суспільство та індивідів.

Війна в англійськомовному медіадискурсі часто представляється як епізодичне явище, яке має широкий спектр наслідків для суспільства, політики та економіки. Цей концепт може бути інтерпретований як акт агресії, захисту або боротьби за справедливість. Наприклад, медіа можуть зосереджуватись на гуманітарних аспектах війни, таких як страждання цивільного населення та біженці, або ж акцентувати на військових досягненнях і політичних рішеннях, які ведуть до конфлікту.

У контексті сучасних військових конфліктів медіа часто використовують концепт війни для формування уявлень про «доброго» і «поганого» противника, а також для легітимації певних дій з боку держави. Наприклад, висвітлення війни через призму національної гордості або патріотизму може зміцнити суспільну підтримку військових операцій. Водночас, медіа можуть також піддавати критиці війну, акцентуючи на жахах, які вона приносить, що може призвести до антивоєнних настроїв у суспільстві.

Таким чином, концепт «війни» в медіадискурсі є складним і багатограним, адже він впливає на сприйняття конфліктів, формує суспільні уявлення про справедливість та моральність, а також може

слугувати інструментом політичного впливу. Розуміння концепту війни в контексті медіа є ключовим для аналізу не лише військових конфліктів, а й їхнього впливу на суспільство в цілому.

Аналіз концепту «ВІЙНА» за когнітивним підходом полягає у тому, що війна розбирається з позиції не тільки фізичного явища, але і ментальної структури, яка впливає на сприйняття й інтерпретацію світу. Когнітивний підхід передбачає вивчення того, як людина мислить про війну, використовуючи різноманітні ментальні моделі, метафори і сценарії. Одним із важливих інструментів є *метафоричне мислення*. Війна часто описується через метафори, що спрощують складне явище і роблять його зрозумілим для масового сприйняття. Наприклад, війна метафорично представляється як *гра* («битва за перемогу»), *хвороба* («війна поширюється, як вірус») або *стихийне лихо* («хвиля насилля»). Ці метафори допомагають людям швидко зрозуміти і структурувати інформацію про війну в термінах, які вони вже знають з інших сфер життя [5].

Іншим важливим аспектом є *фреймове мислення*. Фрейм — це ментальна структура, яка організовує інформацію, визначаючи, що є важливим, а що — другорядним у сприйнятті конкретного явища. Для війни характерними є фрейми, що включають такі категорії, як *перемога/поразка*, *жертви/герої*, *захист/агресія*. Ці фрейми також застосовуються для впливу на громадське сприйняття через медіа, формуючи наративи про конфлікти залежно від політичної та ідеологічної мети. Наприклад, один фрейм може описувати війну як акт необхідної самооборони, тоді як інший зосереджується на руйнівних наслідках для цивільного населення [35].

Ще одним важливим елементом аналізу концепту ВІЙНА є *когнітивні сценарії*. Це типові моделі подій, які люди використовують для організації своїх знань про конфлікти, прогнозування розвитку ситуацій та

інтерпретації подій. Такі сценарії складаються з набору послідовних етапів, які зазвичай передбачають початок конфлікту, його ескалацію, кульмінацію та завершення. У випадку війни, когнітивний сценарій може включати типові очікування стосовно її динаміки: початок військових дій, вирішальні битви, перемогу чи поразку, переговори та мирні угоди [5; 35].

Ці сценарії активуються не тільки в особистих роздумах про війну, але й широко використовуються в медіадискурсах для побудови наративів. Наприклад, у новинних повідомленнях часто використовується сценарій «прямої ескалації», коли події подаються як поступове загострення, що досягає кульмінаційної точки. Такі когнітивні сценарії допомагають структурувати складні події у зрозумілій для широкого загалу формі, надаючи їм передбачувану логіку розвитку [35].

Лінгвокультурологічний підхід додає до цього культурний вимір. Він аналізує концепт ВІЙНА з огляду на його культурно-специфічні аспекти, які відображають історичні, соціальні та національні цінності. Війна, як культурний феномен, має різні значення в різних суспільствах, залежно від їхньої історичної пам'яті та політичних реалій. Наприклад, в українському контексті війна часто асоціюється з боротьбою за незалежність і збереження національної ідентичності, тоді як в інших культурах вона може асоціюватися з колоніальними конфліктами або громадянськими війнами. Усе це впливає на те, як концепт війни вербалізується у мові через конкретні лексеми, фразеологізми та стереотипи. Лінгвокультурологія також досліджує, як ці мовні одиниці передають не лише раціональні, а й емоційні смисли, посилюючи або зменшуючи ступінь емоційної залученості аудиторії [5; 35].

Мовні стереотипи відображають типові уявлення про війну, що закріплені у свідомості носіїв мови. Вони базуються на певних культурних і історичних наративах, які передаються через мову і закріплюються в

суспільстві. Наприклад, в українському медіадискурсі війна може бути представлена як «священна боротьба» за незалежність, що посилює патріотичні настрої. Це формує образ війни як необхідної та героїчної дії для захисту нації. В інших контекстах, війна може стереотипно описуватися як руйнівна сила, що несе хаос і смерть. Такі образи війни, закріплені в мові, не лише описують саму подію, а й передають певні емоційні та ідеологічні посили [35].

Образи війни часто формуються через поєднання з іншими метафоричними концептами, такими як «ворог», «захисник», «герой», що впливають на інтерпретацію подій. Наприклад, у деяких медіа війна може бути представлена через дихотомію «своїх» (*захисників*) і «чужих» (*агресорів*), що зміцнює розподіл світу на «добро» і «зло» [35].

Лінгвокультурологічний підхід також досліджує, як через мову передаються *ціннісні орієнтації* суспільства стосовно війни. Це можуть бути орієнтації на *героїзм*, *мир* або *жертви*, що відображають колективну пам'ять і національну ідентичність. У різних культурах ці орієнтації можуть суттєво відрізнятися.

Наприклад, у країнах, що мають багатий досвід воєнних конфліктів, війна часто осмислюється як явище, яке вимагає героїзму та самопожертви. В українському контексті, особливо з огляду на сучасні конфлікти, війну можна описувати як боротьбу за свободу і суверенітет, підкреслюючи цінність патріотизму. У таких випадках мова війни наповнена лексемами на кшталт «герої», «захисники», «відданість» [5].

Інший аспект — це ставлення до війни як до *трагедії* або *жертвоприношення*. У деяких культурах війна сприймається передусім як руйнівна сила, що приносить біль і страждання, а тому висвітлюється через слова на кшталт «*трагедія*», «*жертви*», «*невинні постраждали*». Таке

вербалізоване сприйняття часто домінує в дискурсах, що виступають за пацифізм або припинення воєнних дій [35].

Для сприйняття концепту ВІЙНА у сучасному англійськомовному медіадискурсі важливим є розуміння військової термінології, яку широко використовують новосні портали у своїй роботі та знавці військового напрямку під час промов. Визначемо декілька основних термінів та їх особливості.

«Occupation» (укр. "окупація")

Окупація у контексті війни — це стан тимчасового контролю збройними силами однієї держави над територією іншої держави без зміни її суверенітету. Окупація здійснюється на основі фактичної військової переваги і супроводжується введенням на окуповану територію військової адміністрації, яка керує повсякденним життям і підтримує порядок. Міжнародне гуманітарне право, зокрема Гаазькі конвенції 1907 року, регулює правовий статус окупації. Основний принцип полягає в тому, що окупація не призводить до зміни суверенітету над територією. Держава-окупант зобов'язана дотримуватися норм міжнародного права щодо цивільного населення, захисту прав людини та збереження громадського порядку [30].

«Annexation» (укр. "анексія")

Анексія — це односторонній акт, за допомогою якого держава проголошує включення території іншої держави до свого складу. На відміну від окупації, яка є тимчасовим явищем і не змінює суверенітету над територією, анексія передбачає претензію на постійне підпорядкування цієї території анексуючій державі та зміну її політико-правового статусу. Анексія, як правило, здійснюється після військової окупації, але може також бути наслідком політичних або дипломатичних маніпуляцій. У

міжнародному праві анексія заборонена, якщо вона відбувається насильницьким шляхом або без згоди суверенної держави [6; 28].

«*Military invasion*» (укр. "військове вторгнення") та «*collective intervention*» (укр. "колективна інтервенція")

Військове вторгнення — це акт вживання збройних сил певної держави для насильницького входу на територію другої держави без її згоди з метою встановлення контролю над територією, урядом або населенням. Вторгнення є однією з форм агресії, що порушує суверенітет держави і суперечить основним принципам міжнародного права, зокрема Статуту ООН, який забороняє застосування сили у міждержавних відносинах [28].

Колективна інтервенція — це втручання збройних сил кількох держав або міжнародної організації у внутрішні справи іншої держави або регіону з метою відновлення миру, захисту населення або запобігання гуманітарній катастрофі. На відміну від односторонньої військової агресії, такої як вторгнення, колективна інтервенція може бути легітимною, якщо вона здійснюється на основі міжнародного мандату, наприклад, рішення Ради Безпеки ООН. Така інтервенція має на меті не захоплення території або зміщення влади, а стабілізацію ситуації та забезпечення дотримання міжнародно прийнятих норм і прав людини, наприклад операція ООН в Малі – MINUSMA (2013-2023) [48].

«*Propaganda*» (укр. "пропаганда")

Пропаганда — це систематична та цілеспрямована діяльність, спрямована на поширення певних ідей, поглядів або інформації з метою впливу на свідомість, поведінку та переконання великої кількості людей. Пропаганда може використовувати як правдиву, так і викривлену інформацію, і часто застосовується в політичному, соціальному або воєнному контексті для досягнення певних ідеологічних або політичних

цілей. У воєнний час пропаганда зазвичай використовується для мобілізації населення, підтримки морального духу армії та населення, формування негативного образу ворога або виправдання дій держави на міжнародній арені. Пропагандистські кампанії можуть користатися різними засобами масової інформації, включаючи радіо, телебачення, інтернет разом із соціальними мережами, і друковані видання, щоб поширювати свої повідомлення максимально ефективно.

«Peace treaty» (укр. "мирний договір")

Мирний договір — це офіційна угода між сторонами збройного конфлікту, яка формально завершує стан війни та визначає умови для відновлення миру. Його підписання є важливим політичним і правовим актом, який закріплює припинення воєнних дій, врегульовує територіальні, політичні, економічні та інші спірні питання, що були причиною або наслідком війни [57].

Окупація, анексія, військове вторнення, колективна інтервенція, пропаганда та мирні договори – ці терміни століттями тісно закріплені у концепті ВІЙНА у засобах масової інформації, тому вони є важливими в розумінні прочитаного та почутого в контекстах військової тематики, що є потрібним навиком задля суб'єктивного сприйняття інформації, отримувану з медіадискурсів.

Англійськомовний медіадискурс формує специфічні мовні образи війни, які впливають на сприйняття конфліктів. Війна часто описується через військову термінологію, що надає їй образу боротьби чи конфлікту. Метафори, порівняння та риторичні фігури грають важливу роль у формуванні уявлення про війну.

Концепт WAR в сучасному англійськомовному медіадискурсі є складним і багатограним. Він не тільки описує військові конфлікти, але й відображає соціальні, культурні та політичні явища, пов'язані з ними.

Використання мовних конструкцій, легітимація дій, пропаганда, гуманізація і де-гуманізація, мультимедійний контекст, соціальна і культурна ідентичність, а також вплив на громадську думку формують образ війни у свідомості людей.

Розуміння цього концепту є важливим для аналізу сучасних конфліктів та їх наслідків для суспільства. Війна — це не тільки фізичний конфлікт, а й боротьба за уми та серця людей, що робить медіадискурс важливим полем для дослідження.

Початок війни в Україні спричинив помітні зміни у вербалізації концепту ВІЙНА у медійному дискурсі через зміну політичного та соціокультурного контексту. Це відображається на мовленнєвих практиках ЗМІ, які можуть змінювати термінологію, тон та емоційне забарвлення повідомлень, віддзеркалюючи підтримку або осуд певних політичних позицій. Мовленнєві стратегії у ЗМІ еволюціонують відповідно до змін у подіях та обставинах конфлікту. ЗМІ часто адаптують свою подачу, щоб відповідати очікуванням аудиторії та забезпечувати її релевантною інформацією, що узгоджується з новими суспільними настроями та емоціями. Зміна у сприйнятті аудиторією військових конфліктів може також сприяти зміні мовленнєвих стратегій медіа.

Вербалізація концепту ВІЙНА у англomовних медіа відображається через застосування різних мовних засобів та стратегій. Зокрема:

- використання метафор та образних виразів для опису військових дій і їх наслідків, як-от *"The fight for freedom"*, *"Battle for peace"*, *"War on terror"*;
- використання специфічної термінології для опису військових операцій, таких як *"Bombing"*, *"Advance"*, *"Rebellion"*, *"Terrorist attack"*;

- використання емоційно забарвлених епітетів, що стимулюють емоційну реакцію аудиторії, наприклад, *"Brutal war"*, *"Merciless assault"*, *"War victims"*;
- політичні коментарі для вираження конкретних позицій щодо військових подій або дій політичних лідерів, наприклад, *"Aggressive military campaign"*, *"Unprovoked invasion"*, *"Military aggression"*;
- подання фактичної інформації про хід конфлікту, включаючи репортажі з місця подій, інтерв'ю з експертами та дані про втрати.

Ці мовні засоби допомагають англomовним ЗМІ ефективно висвітлювати військові конфлікти та їхні наслідки. Війна в Україні також здатна вплинути на міжнародний контекст вербалізації ВІЙНА, оскільки політики та міжнародні організації можуть змінювати свою риторику залежно від ситуації та політичної стратегії.

Таким чином, концепт ВІЙНА у медійному дискурсі може піддаватися суттєвим змінам у зв'язку з новими політичними та соціальними умовами, еволюцією мовленнєвих стратегій, зміною у сприйнятті аудиторією концепту та міжнародними аспектами конфліктів.

З проведеного аналізу вербалізації концепту ВІЙНА в англійськомовних ЗМІ можемо вивести декілька висновків. По-перше, спостерігається широке використання різноманітних мовних засобів і стратегій, від метафор до спеціалізованої термінології. По-друге, варто звернути увагу на емоційний аспект подачі матеріалу, оскільки військові конфлікти — це тема, що викликає сильні емоції, і ЗМІ прагнуть викликати відповідну реакцію в аудиторії. По-третє, медійний дискурс має потужний політичний вимір, коли мовні засоби використовуються для вираження конкретних політичних поглядів. Нарешті, вербалізація ВІЙНА варіюється від нейтральної до ідеологічно забарвленої подачі інформації, що впливає на формування громадської думки про війну.

2.3. Вербалізація концепту ВІЙНА в промовах політичних діячів

Дослідимо як концепт ВІЙНА вербалізується у промовах політичних діячів. Аналіз проводиться на основі відео та текстових статей таких джерел, як портали новин «Politico», «New York Times» та «Fox News», офіційний веб-сайт Федерального Уряду Німеччини, секція новин офіційного сайту Європейської комісії та інших. Основними пунктами аналізу слугують використовані вербалізатори концепту WAR, частота вживання лексеми "war", вживання когнітивних ознак.

У промові колишнього президента Сполучених Штатів Америки Дональда Трампа про те, як він збирається закінчити війну в Україні, для вербалізації концепту ВІЙНА не використовується пряма лексема "war". Ба більше – він не використовує навіть синонімів задля позначення збройних конфліктів. Замість цього екс-президент використовує словосполучення, які висвітлюють втрати та трагічність військових дій: *dead people*, *obliterated cities*, *cities with no building standing*, *demolition zone* тощо. Присутні такі когнітивні ознаки, як *dead/killed people*, *horrible* та *rockets*. На тлі цього Трамп закликає до перемовин для скорішого закінчення бойових дій [55].

У дописі колишнього президенту в його соцмережі «Truth Social» вербалізацію концепту ВІЙНА виконує пряма лексема "war", разом зі схожими до попередньо розглянутих ознаками: “*I, as your next President of the United States, will bring peace to the world and end the war that has cost so many lives and devastated countless innocent families*”. Використання словосполучень *bring peace* та *end the war* підкреслює трагічну сутність війни [51].

При розгляді іншої промови, на з'їзді Республіканської партії, бачимо, що концепт вербалізується лексемою "war" та словосполученням *horrible situaton*.

У своїй промові про військові плани у Афганістані, чітко прослідуються такі ознаки як *hero*, *sacrifice* та *unity*. Трамп використовує лексеми та словосполучення на кшталт *courage*, *our republic*, *brothers and sisters* та *patriotism*, говорячи про американських військових та війну в Афганістані, виділяючи їхній героїзм та самовідданість, при цьому майже відсутні згадки про трагічність подій [56].

Дональд Трамп, у розглянутих промовах, не вагається використовувати лексему "war" для вербалізації одноіменного концепту. Можна припустити, що ідея його риторики полягає у чіткості, різкості та прямій мові. Він використовує яскраві когнітивні ознаки для надання своїм словам щирості, занепокоєності та сили.

У промові щодо війни російської федерації проти України президентки Європейської комісії Урсули фон дер Ляєн основним вербалізатором концепту ВІЙНА виступає така лексема як *fight* – зустрічається 14 разів. Найчастіше це слово використане у сенсі боротьби України за свою свободу та «європейські цінності» у таких словосполученнях, як *willing to fight*, *fight for liberation* та *sacrifice in fighting*. Неможливо оминати зв'язок концептів ВІЙНА та СВОБОДА у словах фон дер Ляєн – нерідко лексема *fight* пов'язана з такими ознаками другого концепту як *freedom*, *liberation* та *democracy* – «...they fight for liberation», «...our freedoms and our democracy are worth fighting for».

Говорячи про Україну, президентка використовує такі когнітивні ознаки, як *heroic*, *liberty*, *protect* та *defence*. Згадуючи росію – навпаки – використовуються негативні лексеми *offensives*, *occupation*, *oppression* тощо.

За всю промову Урсула фон дер Ляєн використала лексему "war" 6 разів [58].

В іншій промові президентки, у частині про війну в Україні, вербалізатором концепту одразу ж стає лексема "war", що демонструє серйозність її намірів. Присутні такі ознаки, як *kill*, *wound*, *destruction* при розповіді про трагічні події в Україні. Паралельно, такі фрази, як «...*there is no European language in which peace is synonymous with surrender*» закликають до згуртованості для боротьби задля настання миру.

Так само як в попередньо розглянутій промові, в контексті війни Україна згадується разом з ознаками *fight for freedom* та *just peace*.

За усю промову лексема "war" була викристана 3 рази, проте про російсько-українську війну мова йдеться лише у її частині [59].

Урсула фон дер Ляєн використовує лексему "war" у середньому обсязі, у деяких моментах змінюючи її на умовно-синонімічні *fight* та *conflict*.

Промова канцлера Німеччини Олафа Шольца щодо української війни починається чітко – концепт вербалізується одноіменною лексемою "war" (нім. "der Krieg") та у контексті подій в Україні згадується 11 разів. Також у його фразах виділяється така синонімічна лексема, як *aggression*. Разом з промовою президентки Єврокомісії Урсули фон дер Ляєн, у промові німецького канцлера концепт СВОБОДА постає поряд з концептом ВІЙНА у сенсі визволення, ліберизації від загарбницьких сил та захисту демократії. Використовуються такі лексеми – *freedom*, *democracy*, *independent* [53].

У промові Шольца щодо повномасштабного вторгнення, яке почалося 24 лютого 2022 року, основним вербалізатором так само стає лексема "war" – в сумі вона з'являється 15 разів. Канцлер наголошує на трагічності подій, використовуючи словосполучення *horrific images* та *the pain of Ukrainians*. Концепт СВОБОДА знову з'являється поряд концептом

ВІЙНА, так само як і в попередньо-розглянутому матеріалі. Його вербалізують лексеми *freedom*, *democracy* та ознака *fighting for freedom*.

Олаф Шольц, приблизно на середині промови, починає наголошувати на тому, що «ця війна – путінська війна», продовжуючи свою тезу такими словосполученнями – *his war* та *putin's war*. Таким чином, канцлер намагається донести думку, що росіяни так само є жертвами путінського режиму, і їх треба підтримувати у боротьбі проти агресії, а не репресувати разом з керівниками загарбницької країни [49].

У промові Президента України Володимира Зеленського на 78-ій Генеральній Асамблеї ООН вербалізатором концепту з перших слів стає лексема "war", яка в сумі використана 18 разів. Присутня досі не згадана когнітивна ознака *fear* у контексті страху перед «ядерною війною» та неготовності організації активно протидіяти воєнним конфліктам та запобігати їх початку. Зеленський використовує лексеми *terrorist* та *aggressor* для позначення дій російського командування. Ознака *famine* концепту WAR постає у вигляді словосполучення *food shortage*. Президент згадує про дрони та їх значущість на цій війні, тим самим виводячи нову ознаку концепту лексемою *drones*.

"Look what russia did to our Zaporizhzhia power plant – shelled it, occupied it and now blackmails others with radiation leaks," – Володимир Зеленський наголошує на агресивній природі війни, у промові присутні ознаки *occupation*, *blackmail*, *kidnapping*, *kill* [60].

Аналізуючи промову президента перед Конгресом США, можна побачити, що лексема "war" знову стає головним вербалізатором концепту та була використана 7 разів. Це свідчить про чіткість, різкість, наполегливість та щирість Зеленського перед партнерами та міжнародним суспільством. Така ознака як *no fear* говорить про силу та мужність захисників України перед загарбницькими діями. Лексема *victory*

зустрічається 11 разів, близько до частоти лексеми "war", та наголошує на подальших розробках партнерами планів допомоги та шляху України разом зі всім світом до перемоги – *absolute victory, our victory*: «...*We know that all of us, millions of Ukrainians, wish the same: Victory. Only victory*», «*Merry Christmas and a happy, victorious New Year*».

Президент підкреслює важність і велику мужність захисників країни та мотивує їх, використовуючи слова та словосполучення *brave troops, brave ukrainian soldiers, struggle, battle*. «We, Ukrainians, will also go through our war of independence and freedom with dignity and success» [61].

Розглянувши принципи вербалізації концепту ВІЙНА на основі промов чотирьох політичних діячів (по два матеріали з кожного), які у своїй суті є сучасними англійськомовними медіадискурсами, можна зробити наступні висновки.

За довгі роки існування та розвитку сучасної війни, вона залишається приблизно такою самою, якою була у своїй сутності – конфлікт на політичному, культурному, ідейному, релігійному та інших підґрунтях, проте світове суспільство замислилося о моралі ведення війни. Саме тому сучасний медіадискурс висвітлює такі аспекти війни, як втрата, біль та страждання, які виражені широковикористовуваними когнітивними ознаками *kill, aggression, destruction*, а також справедливість, допомога та свобода, виражені ознаками *freedom, independent, liberty* та *victory*. Агресори ізолюються від демократичного світу, а жертви агресії не залишаються без допомоги.

Незважаючи на те, що офіційно війна оголошена не була, російська федерація вважається агресором, а військові дії проти України у англійськомовному медіадискурсі називають прямо – "war". Це свідчить про готовність міжнародних спільнот допомагати протидіяти загарбникам і агресорам та підтримувати країни, які бороняться від нападу.

Захисники восхваляються ознаками *brave, hero, courage, sacrifice, protect* та *defence*, тоді як нападники принижуються за свої вчинки ознаками *terrorist, aggressor, kidnapping* та *demolition zone*.

Дотичним до концепту ВІЙНА у промовах лідерів демократичних країн є концепт СВОБОДА у контексті захисту демократичних цінностей та суверенітету країн, який розкривається такими лексемами та словосполученнями – *freedom, liberty, democracy, fight for freedom*. Також додатково можна припустити з вивченого матеріалу, що більшість «країн Заходу» єдні у ідеї допомоги Україні у боротьбі проти російської агресії, та у ідеї відновлення міжнародно признаного суверенітету країни.

Аналіз показав, що вербалізація концепту ВІЙНА – доволі широке явище, метою якого є представлення конкретних аспектів та ознак концепту у тексті та мовленні. Вибір того, як саме буде відбуватися вербалізація концепту впливає на становлення ідеї, яка буде закладена у центральну частину медіадискурсу, стаючи його основним сенсом.

ВИСНОВКИ

Концепт "ВІЙНА" в англійськомовному медіадискурсі є складною та багатошаровою мовною одиницею, яка репрезентує різні аспекти збройних конфліктів, соціальних та політичних взаємин, а також культурні й історичні конотації. Важливими аспектами цього дослідження є когнітивний і лінгвокультурологічний підходи до аналізу концептів у медійному просторі, а також їхній вплив на сприйняття аудиторією конфліктів та соціальної взаємодії.

Концепт є ментальною сутністю, що об'єднує культурні, емоційні та когнітивні асоціації, пов'язані з певним явищем або об'єктом. У контексті війни він стає символом, що включає не лише буквальне значення збройного конфлікту, але й широке коло метафоричних значень, таких як "війна ідей", "інформаційна війна". Вивчення концепту в англійськомовному дискурсі дозволяє розуміти, як культура, політичні тенденції та соціальні наративи впливають на його розуміння.

Когнітивний підхід вважає концепт "війна" ментальною одиницею, яка відображає знання про реальний світ і структурує його через мовні засоби. Наприклад, метафори є важливим інструментом у висвітленні складних соціальних та політичних подій. Лакофф зазначає, що наше мислення структуроване через метафори, а концепт ВІЙНА є потужним інструментом для організації суспільного дискурсу в контексті конфліктів. Лінгвокультурологічний підхід акцентує увагу на тому, як концепт ВІЙНА відображає культурні цінності та політичну ідентичність спільноти. В англійськомовному медіадискурсі цей концепт має тісний зв'язок з поняттями "свобода", "демократія", "герой", "захист", "патріотизм", які варіюються залежно від культурного та історичного контексту. Паралельно

з цим, в англійськомовному медіадискурсі війна є трагічною подією, що приносить жертви, біль та суспільний розпач. Це висвітлюється у словах "агресор", "терорист", "руйнування", "жах" та власне "війна".

У медіадискурсі концепт ВІЙНА формується через поєднання лінгвістичних засобів, які не лише передають фактологічну інформацію, але й створюють певний наратив. Концепт можна розділити на ядро та периферію: ядро включає базове значення — збройний конфлікт, тоді як периферія містить додаткові смислові відтінки, які можуть змінюватися залежно від контексту. Наприклад, концепт ВІЙНА у медіадискурсі США може асоціюватися з патріотизмом та боротьбою за демократію, тоді як у контексті війни в Україні – це символ болю та страждання.

Медіадискурс активно використовує метафоричні моделі для формування значень концепту. Поняття війни часто застосовується для опису не лише військових конфліктів, але й політичних, економічних та соціальних протистоянь. Наприклад, такі вирази, як "війна проти бідності" або "війна проти тероризму", показують, як метафора допомагає аудиторії краще зрозуміти складні соціальні проблеми через призму відомого поняття.

Концепт ВІЙНА також має глибоке соціальне та культурне значення. Він часто використовується для мобілізації суспільства навколо певних ідей чи політичних рухів. В англійськомовному медіапросторі концепт ВІЙНА може слугувати для підкреслення важливості національної безпеки або боротьби за права людини. Він також демонструє культурні варіації – за результатами аналізу вербалізації концепту, американці можуть асоціювати війну з героїзмом та захистом свободи, тоді як українці – з трагічністю війни, втратами та роздумами над ціною конфлікту.

Концепт ВІЙНА в англійськомовному медіадискурсі є багатозначним та метафоричним явищем, яке відображає не лише реальні військові

конфлікти, але й соціальні, політичні та культурні протистояння. Його різностороннє використання дозволяє медіа не лише повідомляти факти, але й впливати на емоційне сприйняття аудиторії, мобілізуючи суспільство навколо певних ідей та цінностей.

References

1. Андрусь А. Семантико-когнітивний підхід у сучасних лінгвокогнітивних пошуках // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/7802/1/4.pdf> (дата звернення: 06.10.2024).
2. Боровик Я. Ю. Синонімічний аспект вербалізації концепту ТАЄМНИЦЯ в українській лінгвокультурі // Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: Серія «Філологічна». Київ, 2012. № 1(24). URL: <https://journals.oa.edu.ua/Philology/article/view/914> (дата звернення: 07.10.2024).
3. Голобородько К. Ю. Лінгвістичний статус концепту // Культура народів Причорномор'я. Харків, 2002. № 32. С. 27-30.
4. Григораш А. М. Взаємодія засобів реалізації сталих словосполучень у газетному контексті (на матеріалі преси України 90-х років) // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 8 (1). Філологічні науки (мовознавство і літературознавство). Київ, 2005. С. 49–53.
5. Губич П., Чир С. Особливості вербалізації концепту «війна» в медіадискурсі: корпусобазований та перекладацький ракурси // Молодий вчений. 2024. № 1 (125). URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/6100> (дата звернення: 07.10.2024).
6. Декларація Генеральної Асамблеї ООН про принципи міжнародного права, що стосуються дружніх відносин і співробітництва між державами відповідно до Статуту ООН , 24 жовтня 1970 року,

резолуція 2625 (XXV). URL:
https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/intlaw_principle_s.shtml (дата звернення: 09.10.2024).

7. Джеріх О. С. «Концепт» у сучасній когнітивній лінгвістиці та лінгвокультурології: поняття та структура // Типологія мовних значень у діахронічному та зіставному аспектах. Вип. 35-36. 2018. С. 61-69. URL: <https://jtmz.donnu.edu.ua/article/view/6478> (дата звернення: 06.10.2024).
8. Дойчик О. Я. Вербалізація художнього концепту MIDDLE AGE в ідіостилі джуліана барнса // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Романо-германська філологія. Методика викладання». URL: <https://periodicals.karazin.ua/foreignphilology/article/view/2619> (дата звернення: 07.10.2024).
9. Жайворонок В. В. Етнолінгвістика в колі суміжних наук // Мовознавство. Київ, 2004. № 5–6. С. 23–35.
10. Желтухіна М. Р. Про зміст дискурсу мас-медіа : вісник Луганського педагогічного університету імені Тараса Шевченка. Луганськ, 2007. С. 27-40.
11. Загнітко А. Класифікаційні типології концептів. URL: <https://litmisto.org.ua/?p=8773> (дата звернення: 06.10.2024).
12. Іващенко В. Л. Типологічна диференціація концептуальних структур як одиниць ментального простору // Мовознавство. 2004. № 1. С. 54–61.
13. Кастельс М. Влада комунікації. Вища школа економіки. Серія: Перекладні підручники ВШЕ. 568 с.
14. Климова Ю. Типологія процесів концептуалізації та категоризації. Горлівський державний педагогічний інститут іноземних мов. URL:

<https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/3770/1/Klimova.pdf> (дата звернення: 06.10.2024).

15. Коруц У. Інформаційна війна як інструмент пропаганди війни: правові підстави протидії // Підприємництво, господарство і право. Міжнародне право. Київ, 2020. № 8. С. 334–339.
16. Косенко А. В. Аналіз сполучуваності лексем-вербалізаторів як методика концептуальних досліджень. Чернівецький національний університету імені Юрія Федьковича. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/3772/1/Kosenko.pdf> (дата звернення: 06.10.2024).
17. Косошов О. М., Сірик А. О. Завдання захисту національного інформаційного простору за досвідом ведення гібридної війни РФ на Сході України // Системи озброєння і військова техніка. 2017. № 1. С. 38–41.
18. Курлигін М. В., Просяннікова Я. М. Концепт ВІЙНА в сучасному англійськомовному медіадискурсі // Іноземні мови у сучасному комунікативному просторі : зб. наук. пр. за матеріалами XV Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, Херсон, 4-5 квітня 2024 р. Херсон, Хмельницький : ХНТУ, 2024. С. 38-43.
19. Лебедєва Н. М., Посиліна К. С. Параметри аналізу промови в політичному дискурсі // Ученые записки Таврического нац. ун-та им. В. И. Вернадского. № 2. Серия «Филология». Т. 19 (58). Симферополь : Таврический нац. ун-т им. В. И. Вернадского, 2006. С. 228–231.
20. Лебедєва Н. М., Посиліна К. С. Функціонування неологізмів в сучасному політичному дискурсі // Нова філологія : зб. наук. праць. Запоріжжя : ЗНУ, 2008. Вип. 32. С. 161–164.

21. Масенко Л. Т. Мова і політика. Вид. 2-ге, доповн. К. : Соняшник, 2004. 119 с.
22. Парій Є. В. Поняття концептуалізації та типологія концептів у сучасній когнітивній лінгвістиці // Київський національний лінгвістичний університет. Київ, 2014. Серія «Філологічна». Випуск 45. URL: <https://lingvj.oa.edu.ua/articles/2014/n45/102.pdf> (дата звернення: 06.10.2024).
23. Посиліна К. С. Тенденції до розмовності в мові англійських газет // Студентські наукові студії. Херсон : Вид-во ХДУ, 2003. С. 143–145.
24. Розвод Е. Типи концептів та їх класифікація в сучасному мовознавстві. // Науковий журнал. 2015. № 3. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/10981/1/27.pdf> (дата звернення: 04.10.2024).
25. Селиванова Е. А. Когнитивная ономазиология. К. : Фитосоциоцентр, 2000. 248 с.
26. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: напрями і проблеми. Полтава, 2008. 713 с.
27. Скидан Я. Онтологічна метафора як вербалізатор концепту слово. Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди, 2024. URL: <https://dspace.hnpu.edu.ua/items/3e46db38-71b9-441d-aabc-84aa326d93b0> (дата звернення: 07.10.2024).
28. Стаття 2, пункт 4 Статуту ООН. URL: https://unic.un.org/aroundworld/unics/common/documents/publications/uncharter/UN%20Charter_Ukrainian.pdf (дата звернення: 09.10.2024).
29. Стаття 43 Конвенції про закони і звичаї війни на суходолі. Гаага, 18 жовтня 1907 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_222#Text (дата звернення: 09.10.2024).

30. Стаття 47 Конвенції про захист цивільного населення під час війни. Женева, 12 серпня 1949 року. URL: <https://redcross.org.ua/wp-content/uploads/Женевська-конвенція-4.pdf> (дата звернення: 09.10.2024).
31. Французова К. С. Лінгвоконцепт КОРПОРАТИВНІСТЬ-КОРПОРАЦІЯ у перекладі: методологічний аспект // Наук. вісник Херсонського держ. ун-ту. Лінгвістика : зб. наук. праць. Херсон : Вид-во ХДУ, 2016. № 26. С. 131–136.
32. Французова К. С. Лінгвоконцепт КОРПОРАТИВНІСТЬ-КОРПОРАЦІЯ у перекладі текстів корпоративного дискурсу // Вісник Луганського нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. Філологічні науки : наук. видання. / ред. В. Курило. Луганськ : Вид-во ДЗ ЛНУ ім. Т. Шевченка, 2013. № 9 (268). Част. 1. С. 105–110.
33. Фуко М. Археологія знання / Пер. з фр. В. Шовкун. К. : Вид-во Соломії Павличко “Основи”, 2003. 326 с.
34. Чернова А. В. Концепт як лінгвокогнітивний феномен: форма втілення, типологія, дефініційні моделі // Вісник Дніпропетровського університету. Серія : Мовознавство. 2009. Т. 17, вип. 15(1). С. 348–354. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumo_2009_17_15%281%29__55 (дата звернення: 06.10.2024).
35. Черняєва І. С. Сценарії смислотворення в медіадискурсі: когнітивний і мультимодальний аналіз // Науковий вісник ХДУ. Серія «Германістика та міжкультурна комунікація». Херсон, 2023. № 1. URL: <https://tsj.journal.kspu.edu/index.php/tsj/article/view/649> (дата звернення: 06.10.2024).
36. Chafe W. Discourse, Consciousness, and Time. Chicago, Lnd: University of Chicago Press, 1994. 327 p.

37. Cook G. Advertising Discourse: Linguistic Analysis. Routledge. 2001. 272 p.
38. Gifford C. Eyewitness Books: Media and Communication. London, 2000. 64 p.
39. Hartley J. Communication, Cultural and Media Studies: the Key Concepts. Routledge. 2020. 277 p.
40. Hoffman F. Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars. Arlington : Potomac Institute for Policy Studies, 2007. 72 p.
41. It's Not Just Ukraine and Gaza: War Is on the Rise Everywhere. URL: <https://www.bloomberg.com/opinion/articles/2023-12-10/it-s-not-just-ukraine-and-gaza-war-is-on-the-rise-everywhere> (дата звернення: 12.09.2024)
42. Jankowski N. A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies. London, 2002. 332 p.
43. Lakoff G. Johnson M. Metaphors We Live By. University of Chicago Press, 1980. 242 p.
44. Lasswell H. D. The Structure and Function of Communication in Society. In L. Bryson (Ed.). The communication of ideas. New York : Harper and Row, 1948. P. 37-51.
45. Lexicography and Conceptual Analysis / Wierzbicka A. Ann Arbor : Karoma Publishers, Inc., 1985. 225 p.
46. McLuhan M. The Gutenberg Galaxy. University of Toronto Press. 2011. 336 p.
47. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. New American Library. 1964. 318 p.
48. MINUSMA Main Page. URL: <https://peacekeeping.un.org/en/mission/minusma> (дата звернення: 10.10.2024).

49. Olaf Scholz' speech on russia's invasion of Ukraine. URL: <https://www.americanrhetoric.com/speeches/olafscholzstatementtoonukraineandgermanarmament.htm> (дата звернення: 09.10.2024).
50. Oxford English Dictionary Second Edition on CD-ROM (v. 4.0) © Oxford University Press. 2009.
51. Post by Donald Trump about ending wars if elected on his social media "Truth Social". URL: <https://truthsocial.com/@realDonaldTrump/posts/112815440435929028> (дата звернення: 09.10.2024).
52. Practical English Dictionary. London : Holland Enterprises LTD. 1990. 582 p.
53. Speech by Federal Chancellor Olaf Scholz at the Munich Security Conference. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-en/news/speech-by-federal-chancellor-olaf-scholz-at-the-munich-security-conference-2260378> (дата звернення: 09.10.2024).
54. Thompson J. The Media and Modernity: A Social Theory of the Media. Stanford University Press. 1995. 314 p.
55. Trump: I can end the russia-Ukraine war in 24 hours. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GSE728iurSQ> (дата звернення: 10.10.2024).
56. Trump's speech on the American military base in Afghanistan. URL: <https://www.nytimes.com/2017/08/21/world/asia/trump-speech-afghanistan.html> (дата звернення: 09.10.2024).
57. Understanding Peace Treaties. American Bar Assosiation, November 20, 2018. URL: https://www.americanbar.org/groups/public_education/publications/teaching-legal-docs/understanding-peace-treaties (дата звернення: 09.10.2024).

58. Ursula von der Leyen's speech on support for Ukraine. URL: https://neighbourhood-enlargement.ec.europa.eu/news/speech-president-von-der-leyen-european-parliament-plenary-need-unwavering-eu-support-ukraine-after-2024-02-06_en (дата звернення: 09.10.2024).
59. Ursula von der Leyen's speech on the presentation of the programme of activities of the Hungarian Presidency. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/speech_24_5201 (дата звернення: 09.10.2024).
60. Volodymyr Zelenskyu's speech at the 78-th session of the UN General Assembly. URL: https://gadebate.un.org/sites/default/files/gastatements/78/ua_en_rev.pdf (дата звернення: 09.10.2024).
61. Volodymyr Zelenskyu's speech before USA Congress. URL: <https://www.nytimes.com/2022/12/21/us/politics/zelensky-speech-transcript.html> (дата звернення: 09.10.2024).