

Марко Чулаєвська Н., магістрантка 2 курсу
навчально-наукового інституту іноземної філології
Житомирського державного університету
імені Івана Франка

Науковий керівник:

Лісова Ю. О., канд. філол. наук, доцент
кафедри міжкультурної комунікації
та іншомовної освіти
Житомирського державного університету
імені Івана Франка

СПОСОБИ МОВНОЇ ОБ'ЄКТИВАЦІЇ ВОЄННИХ КОНФЛІКТІВ У ФРАНКОМОВНИХ МАС-МЕДІА

Постановка проблеми. Сьогодні ЗМІ стали основним джерелом відображення інформації про дійсність. Маючи статус «четвертої влади» («quatrième pouvoir»), вони впливають на сприйняття і розуміння аудиторією реальності і опосередковано на її ставлення до цієї реальності. Окрім того, зважаючи на заангажованість «медіа-всесвіту», додамо сюди не лише на спосіб «сприйняття світу», а й вплив на «його економічне, культурне та політичне функціонування» [5]. Цілком природно, що поведінка ЗМІ в певному соціальному контексті не є нейтральною; це не просто спостерігачі суспільних процесів, а й їх учасники. Ця роль особливо актуальна у ситуації воєнних чи збройних конфліктів, коли ЗМІ неминуче беруть участь у конфліктному циклі. Як стверджує Р. Хакетт, під час війни медіа виступають водночас як джерела інформації, комбатанти, зброя, цілі та поле бою [4, с. 48]. В. Фісас підкреслює роль ЗМІ у формуванні «соціальних установок щодо конфліктів та їх трансформації». Таким чином, ЗМІ можуть заохочувати

«агресивну поведінку, виправдовувати воєнні дії, формувати стереотипи, образи ворога та здійснювати його демонізацію» [3, с. 71].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом явище вербальної репрезентації воєнних конфліктів досліджували такі зарубіжні і українські науковці як Р. Хакет, О. Бабенко, І. Дорожкіна та ін. З огляду на повномасштабні воєнні дії в Україні наукові розвідки, спрямовані на способи вербалізації таких подій, є вкрай актуальними.

Актуальність дослідження. Вербальна репрезентація воєнних конфліктів у мас-медіа зумовлена важливістю мовних засобів як інструменту впливу на суспільну думку та формування громадського сприйняття подій залежно від поставлених засобами масової інформації мети та заангажованості. У сучасному світі медіа відіграють ключову роль у поширенні інформації, і мовні стратегії, які використовують журналісти, уряди та військові структури, можуть значно впливати на ставлення людей до подій, особливо в умовах збройних конфліктів. Воєнні дії є складними та багатовимірними, а їх подача через мас-медіа часто супроводжується ідеологічними та політичними впливами, що проявляється в особливостях використання мовних засобів. Дослідження лінгвістичного характеру таких дій уможливають акцент на пріоритеті змісту та важливості дотримання основних ідей на визначенні функціонального потенціалу слів, словосполучень і речень, які слід розглядати в контексті конкретних комунікативних ситуацій [5, 147], у нашому разі – вербалізації війни.

Вербалізація в мас-медіа означає процес перетворення складної реальності в доступні для розуміння мовні конструкції. Це явище полягає в тому, як журналісти, редактори та інші медіа професіонали використовують мову для створення новинних матеріалів, репортажів та інших форм контенту. Важливість вербалізації полягає в тому, що вона допомагає аудиторії зрозуміти складні події, ідеї та ситуації, перетворюючи їх у зрозумілі наративи. Одним з ключових аспектів вербалізації є вибір лексики та фраз, що впливають на тон і зміст повідомлень. Наприклад, одні й ті самі події можуть

бути описані з різним емоційним забарвленням, залежно від того, якого саме ефекту прагне досягти медіа. Це може бути нейтральний тон, що прагне об'єктивності, або ж емоційно навантажені слова, що покликані викликати певні емоції у читача чи глядача.

Одна з головних особливостей вербальної репрезентації воєнних конфліктів у мас-медіа полягає в тому, що мова використовується для створення певних образів учасників конфлікту. Журналісти та медіа часто використовують оціночні судження, щоб визначити, хто є «героєм», а хто — «ворогом» у контексті війни. Мовні засоби, такі як епітети, метафори, порівняння, надають позитивного або негативного забарвлення різним сторонам конфлікту.

Наприклад, одна сторона може бути описана як « *defenseurs* » або « *combattants de la liberté* » («захисники» або «борці за свободу»), тоді як інша — як « *occupants* », « *envahisseurs* », « *terroristes* » («окупанти», «загарбники» або «терористи»). Такі лексичні засоби формують у споживачів мас медійного контенту емоційно забарвлене ставлення до учасників конфлікту, сприяючи поляризації суспільної думки. Ця стратегія є важливою для політичних та ідеологічних наративів, оскільки допомагає створити чіткий поділ на «своїх» і «чужих», призводячи до інформаційної війни.

Вербальна репрезентація воєнних конфліктів у мас-медіа часто має високий рівень емоційної забарвленості. Війна – це подія, що супроводжується стражданнями, руйнуваннями та смертями, і медіа часто підкреслюють ці аспекти, щоб викликати у читачів сильні емоції, такі як страх, співчуття, ненависть або обурення. Використання емоційно забарвленої лексики створює у свідомості аудиторії яскраві образи воєнних подій, що сприяє більш глибокому емоційному залученню.

Наприклад, використання таких лексичних одиниць, як « *catastrophe* », « *crise humanitaire* », « *horreur de la guerre* » («катастрофа», «гуманітарна криза», «жахіття війни»), « *occupation* », « *libération* », « *victimes civiles* »

(«окупація», «звільнення», «цивільні жертви») підсилює емоційне сприйняття ситуації та викликає у аудиторії співчуття до жертв конфлікту. Такі засоби як гіперболи слугують для підкреслення масштабів руйнувань та людських страждань, що дозволяє медіа максимально ефективно передати жахи війни.

Іншою важливою особливістю вербальної репрезентації воєнних конфліктів є використання евфемізмів — пом'якшених виразів для опису негативних подій або дій. Як зазначає французький дослідник П'єр Бурдьє, «мова є потужним інструментом соціального впливу», а її використання у медіа може мати вирішальний вплив на громадську думку. Наприклад, замість прямої номінації «збройної агресії» використовується термін « *conflit armé* » («збройний конфлікт»). Це дозволяє частково знизити градус напруги та уникнути прямої конфронтації в обговоренні конфлікту, що можна відстежити у виданні *Le Monde: l'armée ukrainienne continue de résister à l'agression russe, après plus de deux ans de conflit (Le Monde)*. Уживання евфемізмів у цьому фрагменті знижує емоційну напругу та забезпечує більш нейтральний тон репрезентації конфлікту.

Французькі медійники також часто використовують військову риторику, наприклад, описуючи стратегії або тактики ведення боїв. Це можна спостерігати у статтях про військові операції в Україні, де використовуються терміни на кшталт « *stratégie militaire* » («військова стратегія»), « *bombardements nocturnes* » («нічні бомбардування») та « *frappe aérienne* » («авіаудар»): *Ukraine : des frappes aériennes russes font trois blessés dans un quartier résidentiel de Zaporijia. ... Les bombardements nocturnes se poursuivent en Ukraine.*

Згідно з нашими спостереженнями і вибіркою ілюстративного матеріалу, доходимо висновку, що у статтях, присвячених війні в Україні, деякі видання, зокрема *Le Monde Diplomatique*, зазначають важливість уникнення «мови ненависті» та закликів до насильства, наголошуючи на потребі створення «нейтрального інформаційного простору». Це демонструє

прагнення французьких ЗМІ до збалансованого та етичного висвітлення конфліктів.

Прикладом такої вербальної заміни у французьких медіа може бути використання таких термінів, як « *actes de guerre* » («воєнні дії») або « *tensions militaires* » («військові напруження»), що дозволяє уникати надмірно емоційного забарвлення, але при цьому чітко передає суть конфлікту.

Висновки. Отже, воєнні конфлікти завжди привертали увагу мас-медіа, оскільки війна є однією з найбільш драматичних і суспільно значущих подій. Вербальна репрезентація таких конфліктів у медіапросторі відіграє важливу роль у формуванні громадської думки.

Список використаних джерел:

1. Бабенко О. Вербальна репрезентація України в англомовних ЗМІ: когнітивний аспект. *Інтелектуальна власність*. 2017. Вип. 1. С. 48–52.
2. Дорожкіна І. Культурно-мовна ідентичність України в сучасному інформаційному середовищі: аналіз англомовної вербалізації. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія «Філологія». 2016. Вип. 45 (1182). С. 93–101.
3. Fisas V. *Cultura de paz y gestión de conflictos*. Barcelona: Icaria, 1998. 500 p.
4. Hacket R. A. Journalism versus Peace? Notes on a problematic relationship. *Global Media Journal: Mediterranean Edition*. 2007. № 2 (1). P. 47-53.
5. Kostusiak N., Shulska N., Lisova Yu., Yaresko K., Ivanova I., Pochuieva O., Afanasieva O. Language Verbalization of Quantitativeness in Modern Mass Media: Linguistic-cognitive and Communicative-pragmatic Dimensions in Ukrainian Language. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*, 2023. Vol. 13, Issue 1, Spec. Issue XXXIV. P. 149–155. URL : https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130134/papers/A_22.pdf (дата звернення: 28. 10. 2024).
6. Ross S. D. A summer's pastime: strategic construction of the 2006 war in Lebanon. *Peace and Policy*. 2008. №13. P.47–61.