

Кубишко І. В.

Міжнародний гуманітарний університет

Шкворченко Н. М.

Міжнародний гуманітарний університет

РИТОРИКА ВІЙНИ: КОНЦЕПТ WAR У ПУБЛІЧНОМУ ДИСКУРСІ АНГЛОМОВНОЇ ПРЕСИ

У статті досліджено лінгвістичну та дискурсивну репрезентацію концепту WAR у публічному дискурсі англomовної преси Великої Британії та Сполучених Штатів Америки. Метою дослідження є з'ясування того, як концепт війни вербалізується, метафоризується та ідеологізується в медіатекстах, що висвітлюють політичні, економічні та соціальні події. Особливу увагу приділено риторичним стратегіям і лексичному наповненню, які формують суспільне сприйняття й колективні уявлення про військові та невійськові конфлікти.

На матеріалі автентичних газетних текстів (новини, редакційні статті, авторські колонки) провідних британських та американських видань проаналізовано особливості мовного втілення концепту WAR за допомогою методів критичного дискурс-аналізу, теорії концептуальної метафори та когнітивної лінгвістики. З'ясовано, що концепт WAR виконує не лише номінативну функцію щодо збройних конфліктів, а й широко використовується як метафоричний інструмент для опису політичного суперництва, економічної конкуренції, суспільних криз тощо. Воєнний дискурс, насичений емоційними й ідеологічними елементами, слугує засобом мобілізації громадської думки, легітимації влади або створення поляризації.

Стаття сприяє глибшому розумінню того, як мова конструює соціальну реальність і впливає на суспільну свідомість у сучасній медіакомунікації.

Ключові слова: війна, медіадискурс, метафора, ідеологія, англomовна преса.

Постановка проблеми. У сучасному глобалізованому суспільстві медіа виступають не лише інструментом інформування, а й активним чинником формування суспільної думки, політичних наративів та ціннісних орієнтирів. Особливо це стосується таких ідеологічно навантажених понять, як війна, що широко використовується не лише у прямому, але й у метафоричному значенні. Концепт WAR давно вийшов за межі воєнної тематики і став універсальним засобом позначення соціальних, політичних, економічних та культурних конфліктів, слугуючи потужним механізмом риторичного впливу в публічному дискурсі.

У публікаціях англomовної преси, як британської, так і американської, концепт WAR часто використовується для емоційного підсилення, мобілізації читачів, легітимації дій політичних суб'єктів або делегітимації опонентів. Водночас відмінності у національних медіадискурсах виявляють специфіку концептуального осмислення війни як соціального явища, що формує різні дискурсивні картини світу.

Попри велику кількість досліджень у галузі когнітивної лінгвістики, критичного дискурс-ана-

лізу та медіалінгвістики, проблема вербалізації концепту WAR у публічному дискурсі англomовних країн, зокрема в зіставному аспекті, залишається актуальною та потребує подальшого комплексного вивчення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні дослідження підкреслюють важливість метафоричного осмислення війни як риторичного методу у ЗМІ США та Великої Британії. Так, Філіпп Вікке (Philipp Wicke) і Маріанна М. Болонесі (Marianna M. Bolognesi) (2020) показали, що у твітах концепт WAR стає домінантною метафорою під час криз, хоча вона не охоплює всі аспекти суспільних викликів. Аналіз фонетичних рамок у широкому медіа-корпусі також виявив, що воєнні метафори корелюють з політичною ангажованістю і підвищеною залученістю аудиторії.

Методично споріднений підхід застосували Авнет Каур (Avneet Kaur) та Арнав Арора (Arnav Arora) (2025) у дослідженні медіа-каверу конфлікту Ізраїлю та Палестини, показавши, що у британських та американських ЗМІ спостерігаються суттєві відмінності в «рамуванні війни».

Українська дослідниця Юлія Крилова-Грек виявила, що концепт WAR значно розширився в семантичному полі ЗМІ США й України, включаючи терміни «інформаційна», «кібер-війна», «гібридна війна», що вказує на зміни у світовій уяві під тиском нових цифрових форматів [12].

Європейські підходи до вивчення інформаційної війни (information war) спираються на когнітивно-дискурсивний аналіз і концепт семіотичної щільності, як описано в роботі Кушнерук та Чудінова (2020). Цей підхід застосуємо у медіальному аналізі воєнної риторики, враховуючи семантичні та прагматичні параметри.

Також важливим є дослідження мультимодальних концептуальних метафор WAR у політичному медіа-дискурсі [5], де показано поєднання візуального та вербального наративу у британських і американських Telegram-каналах.

Зокрема, у дослідженнях Річарда Джексона (Richard Jackson) (2005) й Девіда Холлоуея (David Holloway) (2008) концепт «Війна з терором» (*War on Terror*) інтерпретується як риторична конструкція, яку підтримують медіа як посередницькі агенти офіційної пропаганди. Ці праці демонструють, що концепт WAR трансформується у сучасних англомовних медіа з чисто військового значення на більш широку та метафоричну модель [2]. Однак потреба у зіставному дослідженні британських і американських ЗМІ, з урахуванням когнітивно-дискурсивного та мультимодального підходів, залишається актуальною.

Постановка завдання. У контексті сучасних глобальних подій, зокрема збройних конфліктів та інформаційних війн, особливої актуальності набуває вивчення концепту WAR у публічному дискурсі, зокрема у текстах медіа. Риторика війни часто виходить за межі суто військової тематики, формуючи уявлення про ворога, героїзм, національну ідентичність та колективні загрози [1]. Особливо показовим у цьому сенсі є англомовний медіа-дискурс Великої Британії та Сполучених Штатів Америки – країн, які активно беруть участь у глобальних політичних процесах і мають потужні інформаційні ресурси [9].

Метою цього дослідження є з'ясування особливостей вербалізації концепту WAR у медіальному дискурсі англомовної преси Великої Британії та США, а також виявлення основних мовних і когнітивних механізмів його реалізації.

Для досягнення поставленої мети необхідно розв'язати такі завдання:

1. Визначити теоретичні підходи до дослідження концептів у когнітивній лінгвістиці та дискурс-аналізі.

2. Описати структурну організацію концепту WAR у межах медіадискурсу.

3. Проаналізувати лексико-семантичні та прагматичні особливості реалізації концепту WAR у британській та американській пресі.

4. Зіставити комунікативні стратегії представлення війни в медійному просторі США і Великої Британії.

З метою досягнення повноти аналізу доцільно врахувати культурно-історичний контекст, у якому формується медійний дискурс, оскільки трактування війни, ролі армії, державної політики та опозиції суттєво різняться у британській та американській традиціях. Особливо важливо розмежувати використання концепту WAR у внутрішньополітичному та міжнародному вимірах, наприклад, у риториці боротьби з тероризмом, пандемією, інформаційними загрозами тощо [3]. Це дозволить побачити, як воєнна метафорика моделює соціальну реальність, мобілізує суспільну думку та впливає на ідеологічне позиціонування.

Окрему увагу буде приділено аналізу мовних засобів актуалізації концепту WAR, зокрема метафорам, метоніміям, емоційно забарвленій лексиці, риторичним фігуркам, повтору та протиставленню. У межах дослідження буде використано корпус автентичних газетних публікацій провідних британських та американських видань (таких як *The Guardian*, *The Times*, *The Washington Post*, *The New York Times*), відібраних за хронологічним і тематичним принципом. Це дасть змогу виявити як загальні закономірності представлення війни, так і специфіку її мовної репрезентації в окремих національних медіакультурах [6].

Виклад основного матеріалу. У сучасному англомовному медійному дискурсі концепт WAR репрезентується як складне когнітивне утворення, яке виходить за межі прямого позначення збройного конфлікту. Його функціонування в текстах британської та американської преси охоплює як буквальне, так і метафоричне вживання, що дозволяє актуалізувати низку суміжних концептів – threat (загроза), enemy (ворог), resistance (опір), freedom (свобода) тощо. Засобом репрезентації концепту є не лише лексичні одиниці, пов'язані зі словом war, але й сталі словосполучення, епітети, метафори, емоційно забарвлена лексика [10].

У медіадискурсі часто використовуються воєнні метафори, що спрямовані на створення відчуття напруги та мобілізації. Наприклад, *Britain is waging war on disinformation* (Британія веде війну з дезінформацією); *The White House launched a new offensive in the economic war against China*

(Білий дім розпочав новий наступ у економічній війні проти Китаю).

У цих прикладах терміни *waging war* (веде війну) та *offensive* (наступ) мають метафоричне вживання і вказують на боротьбу, яка здійснюється не військовими засобами, а через інформаційні, політичні або економічні дії. Такий прийом посилює драматизм подій і легітимізує дії уряду або союзників.

Ще одним поширеним прийомом є створення образу ворога як абстрактної загрози: *We are in a war against an invisible enemy – the virus*. (Ми перебуваємо у стані війни з невидимим ворогом – вірусом); *Cyberattacks are the new front lines of modern warfare* (Кібератаки – це нова передова сучасної війни).

Тут концепт WAR проєктується на такі сфери, як охорона здоров'я та інформаційна безпека. Це розширює межі традиційного розуміння війни й підкреслює, що сучасні загрози можуть бути нематеріальними, але не менш небезпечними.

У текстах британської преси помітна тенденція до іронічного або критичного переосмислення воєнної риторики. Наприклад, *Ministers declare war on obesity – but fail to regulate junk food ads*. (Міністри оголосили війну ожирінню – але не спроміглися врегулювати рекламу шкідливої їжі).

У цьому прикладі воєнна лексика вживається з метою підкреслення дисонансу між риторикою та реальними діями, що типово для публіцистичного стилю британських видань [8].

Натомість американська преса тяжіє до патетичного і героїчного стилю. Наприклад, *America must stand strong in this war of values*. (Америка повинна встояти у цій війні цінностей); *They gave their lives in the war on terror*. (Вони віддали свої життя у війні з терором).

Ці приклади апелюють до емоцій читачів, формують уявлення про національну місію та моральну правоту.

Таким чином, аналіз лінгвістичних засобів репрезентації концепту WAR в англомовному медіадискурсі свідчить про його багатозначність та ідеологічну навантаженість [11]. Через метафори, епітети, гіперболи та повтори концепт моделює уявлення про реальність, у якій війна стає універсальною матрицею для опису будь-якої форми конфлікту або кризи.

Дослідження засвідчує, що концепт WAR активно поєднується з іншими домінантами політичного та соціального дискурсу, такими як *truth*, *freedom*, *justice*, *national security*. Це поєднання створює ідеологічні наративи, які формують сприйняття подій у свідомості масової аудиторії.

Наприклад, *This is not just a war for territory – it's a war for truth and democratic values*. (Це не просто війна за територію – це війна за істину й демократичні цінності).

В даному випадку концепт WAR набуває символічного значення як боротьби за вищі моральні цілі. Така стратегія типова для американського публічного дискурсу, де часто застосовується дуалістична опозиція “ми – вони”, “добро – зло”, що спрощує складні політичні ситуації до чорно-білих категорій.

У британських текстах частіше спостерігається використання WAR-концепту в контексті внутрішньої соціальної політики, що виявляється у фразях на кшталт: *The government's war on poverty is losing momentum*. (Урядова війна з бідністю втрачає імпульс); *There's a war going on in our classrooms – a war for the minds of the next generation*. (У наших класах точиться війна – війна за уми наступного покоління).

Такі формулювання функціонують як засоби привернення уваги, створюють емоційно-заряджений фон для критики соціальних реформ або привернення уваги до гуманітарних проблем [7].

Також варто звернути увагу на синтаксичні особливості, які посилюють експресивність дискурсу: використання коротких речень, анафоричних повторів, вигуків, парцеляцій. Наприклад, *War. On our streets. In our homes. Against our children*. (Війна. На наших вулицях. У наших домівках. Проти наших дітей).

Такий риторичний прийом створює ефект тривожної близькості загрози, мобілізує громадську думку, підсилює політичні чи соціальні меседжі. Таким чином, лінгвістична репрезентація концепту WAR у медійному дискурсі об'єднує семантичну, прагматичну та ідеологічну площини, дозволяючи засобам масової інформації впливати не лише на інтерпретацію новин, а й на ціннісні орієнтири суспільства.

Висновки. У результаті проведеного дослідження з'ясовано, що концепт WAR в англомовному медійному дискурсі функціонує як багатоврівневе когнітивно-дискурсивне утворення, яке значно виходить за межі свого прямого значення – збройного конфлікту. У текстах британської та американської преси він активно використовується як у буквальному, так і в метафоричному значенні, виступаючи засобом інтерпретації соціальних, політичних, економічних та ідеологічних процесів.

Зіставний аналіз британського й американського медіадискурсу дозволив виявити як спільні, так і відмінні тенденції у репрезентації концепту

WAR. Обидві медіакультури використовують воєнну риторику для посилення впливу на реципієнта, проте британські видання тяжіють до критичного, іронічного або прагматичного підходу, тоді як американські ЗМІ частіше апелюють до патетичних, героїчних, емоційно насичених наративів. Це відображає відмінності у національних стилях комунікації та ідеологічних моделях.

Основними лінгвістичними засобами реалізації концепту WAR є метафори, метонімії, емо-

ційно забарвлена лексика, синтаксичні паралелізми, гіперболи, а також комунікативні стратегії створення образу ворога, мобілізації, захисту цінностей та легітимації дій. Отже, концепт WAR у публічному дискурсі є не лише маркером конфлікту, а й інструментом ідеологічного конструювання реальності. Його аналіз дозволяє виявити механізми мовного впливу та формування суспільної свідомості в умовах інформаційної боротьби.

Список літератури:

1. Беленька Г. В. Концепт ВІЙНА в політичному медіадискурсі: когнітивно-дискурсивний підхід. *Мовознавство*, 2022. № 3. С. 47–58.
2. Зибцова І. В. Концептосфера війни в англomовному медійному дискурсі. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: Лінгвістика. № 46(2), 2021. С. 112–117.
3. Конопелькіна М. Ю. Безродних А. В. Неологізми воєнного часу в англomовному медіа-дискурсі: на матеріалі британських та американських новинних джерел. *Мовні і концептуальні картини світу*. Вип. 78. С. 35–42. 2024.
4. Плющ М. Я. Метамовні засоби концептуалізації війни в медійному дискурсі. *Когнітивні студії мови*. Вип. 43, 2020. С. 126–132.
5. Шевченко А. М. Мультимодальні метафори війни в англomовному та україномовному Telegram-дискурсі. *Мова і суспільство*. Т. 15(1), 2024. С. 83–92.
6. Blankshain J. Nichols T. Romanowski K. The Metaphors of War and Public Health: COVID-19, Threat Perception, and Government Response. *Journal of Political Psychology*. Vol. 44(1), 2023. P. 101–122.
7. Charteris-Black J. *Politicians and Rhetoric: The Persuasive Power of Metaphor*. Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2005.
8. Kaur A. Arora A. *Beyond the Battlefield: Media Framing of Armed Conflict in the UK and US*. London : Routledge, 2025.
9. Lakoff G. Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago : University of Chicago Press, 2003.
10. Meadows B. Distancing and showing solidarity via metaphor and metonymy in political discourse: A critical study of American statements on Iraq during the years 2004–2005. *Critical Approaches to Discourse Analysis across Disciplines*. Vol. 1(2), 2007. P. 1–17.
11. Musolf A. *Political Metaphor Analysis: Discourse and Scenarios*. London : Bloomsbury Academic, 2016.
12. Why Should We Care? Public discourse framing in UK and US media coverage of the Ukraine crisis. *European Journal of Communication Studies*. Vol. 30(4), 2015. P. 459–476.

Kubyshko I. V., Shkvorchenko N. M. THE RHETORIC OF WAR: THE CONCEPT OF WAR IN THE PUBLIC DISCOURSE OF THE ENGLISH-LANGUAGE PRESS

This article explores the linguistic and discursive representation of the concept WAR in the public discourse of the English-language press in the United Kingdom and the United States. The study aims to reveal how the concept of war is verbalized, metaphorized, and ideologically framed in media texts covering political, economic, and social issues. Special attention is given to the rhetorical strategies and lexical choices that shape public perception and construct collective imagery around military and non-military conflicts.

Drawing on methods of critical discourse analysis, conceptual metaphor theory, and cognitive linguistics, the article examines authentic media materials (news articles, editorials, and opinion pieces) from leading British and American newspapers. The analysis demonstrates that the concept WAR functions not only as a descriptor of actual armed conflicts but also as a powerful metaphorical tool for describing phenomena such as political rivalry, economic competition, and public health crises. The discourse of war, often emotionally and ideologically charged, serves as a mechanism for mobilizing public opinion, legitimizing authority, or creating polarization.

The study contributes to a deeper understanding of how language constructs social reality and how metaphorical framing of conflict influences public consciousness in modern media communication.

Key words: WAR, media discourse, metaphor, ideology, English-language press.