

Отримано: 1 серпня 2022 р.

Прорецензовано: 25 серпня 2022 р.

Прийнято до друку: 30 серпня 2022 р.

e-mail: yuliia.maslova@oa.edu.ua

DOI: 10.25264/2519-2558-2022-14(82)-31-37

Маслова Ю. П. Риторика сучасного газетного українськомовного дискурсу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2022. Вип. 14(82). С. 31–37.

УДК: 808:659.3 (477)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5568-8282>

**Маслова Юлія Петрівна,**  
кандидат філологічних наук, доцент,  
Національний університет «Острозька академія»

## РИТОРИКА СУЧАСНОГО ГАЗЕТНОГО УКРАЇНСЬКОМОВНОГО ДИСКУРСУ

Актуальність дослідження газетного дискурсу самоочевидна, адже ця тема постійно перебуває в колі зацікавлення лінгвістів. Дискурс – один із ключових формотворчих чинників сучасної мовної картини світу та мовленнєвих норм того чи того суспільства. Хоча існує декілька типів дискурсів, у дослідженні зосереджено увагу саме на газетному дискурсі як особливому виді, що поєднує в собі певну стандартизованість та експресивність. Варто зауважити, що газетний дискурс – це період друкованого письма, який починається з першою індустріальною революцією, із виникненням масового спілкування та культури, плюралістичними поглядами й ідеями. Саме писемна стадія комунікації ускладнила комунікативний процес, зробила його опосередкованим, дискретним у просторі й часі. Тому газетний дискурс розуміємо як складний соціокультурний феномен, що став базатоаспектним за своїми експлікаціями, багатограним за змістом і структурою побудови. У нинішніх реаліях, у яких опинилося українське суспільство, – два роки карантинних обмежень в країні з одночасним тотальним переходом друкованих газет на електронні носії задля швидшого й «ізолюваного» подання інформації, й особливо з початком воєнного конфлікту з боку російської федерації на території нашої держави починаючи з 24 лютого 2022 р., – неабиякої актуальності набувають дослідження основних характеристик, функцій, специфіки, місця та ролі газетного дискурсу з-поміж інших засобів масової комунікації. Відтак ми поставили собі за мету дослідити риторичну, специфіку, основні характеристики й функції, засоби та способи подання інформації й формування громадської думки в Україні в умовах глобальних суспільних криз, проаналізувати природу й основні характеристики та функції газетного дискурсу, виявити його основні засоби впливу й формування громадської думки, здійснити лінгвокогнітивний, гендерний і соціокультурний аналіз основних концептів, реалізованих у газетному дискурсі на матеріалі сучасної офіційної преси в Україні. Швидкість реагування газетного дискурсу на важливі події та явища в державі яскраво демонструє кардинальна зміна його риторичних, способів подання інформації й ужитих для цього засобів на початку повномасштабного вторгнення російської федерації на територію нашої держави в лютому 2022 р.

**Ключові слова:** газетний дискурс, риторика, преса, комунікація.

**Yuliia Maslova,**  
Candidate of Philological Sciences,  
The National University of Ostroh Academy

## RHETORIC OF MODERN UKRAINIAN-SPEAKING NEWSPAPER DISCOURSE

The relevance of the study of newspaper discourse is self-evident, because this topic is constantly in the circle of interest of linguists for numerous scientific investigations. Discourse is one of the key formative factors of the modern linguistic picture of the world and the speech norms of a particular society. Although there are several types of discourse, in the study we paid attention to newspaper discourse as a special type that combines a certain standardization and expressiveness. It is worth noting that newspaper discourse is a period of printed writing that begins with the first industrial revolution, with the emergence of mass communication and culture, pluralistic views and ideas. It was the written stage of communication that complicated the communicative process, made it mediated, discrete in space and time. Therefore, we understand newspaper discourse as a complex sociocultural phenomenon that has become multifaceted in its explanations, multifaceted in its content and construction of structure. In the current realities in which Ukrainian society found itself, two years of quarantine restrictions in the country with the simultaneous total transition of printed newspapers to electronic media for the purpose of faster and "isolated" presentation of information, and especially with the beginning of a military conflict started by the Russian Federation on the territory of our state on February 24, 2022, studies of the main characteristics, functions, specifics, place and role of newspaper discourse among other means of mass communication are gaining considerable relevance. Therefore, we set ourselves the goal of researching the rhetoric, specificity, main characteristics and functions, means and methods of presenting information and forming public opinion of newspaper discourse in Ukraine in conditions of global social crises, to analyze the nature and main characteristics and functions of newspaper discourse, to identify its main means of influence and the formation of public opinion, to carry out a linguistic-cognitive, gender and socio-cultural analysis of the main concepts implemented in the newspaper discourse on the material of the modern official press in Ukraine. The speed of reaction of newspaper discourse to important events and phenomena in the state is vividly demonstrated by the radical change in its rhetoric, methods of presenting information and the means used for this at the beginning of the full-scale invasion of the Russian Federation on the territory of our state in February 2022.

**Keywords:** newspaper discourse, rhetoric, press, communication.

У сучасному світі шалених потоків інформації читач звик до миттєвого її сприйняття будь-якими способами чи засобами. У цих умовах газета ніби дещо відійшла на задній план, поступившись теле-, радіо-, інтернет- та іншим комунікативним ресурсам, де інформацію подають «тут і зараз». Лінгвокогнітивні та прагматичні студії природи газетного дискурсу доводять, що він чи не єдиний тип масово-інформаційного дискурсу, у якому досі маємо розрив у просторі й часі автора та читача. Проте саме це дає йому змогу поєднувати розлогість, аргументованість із маніпулятивністю, а експресію зі стандартом. Адже газетний текст функціонує в царині писемного мовлення і його не потрібно видавати відразу – спочатку над ним працює автор, потім редактор і коректор. У ньому дещо нівельовано авторський стиль, і з періодичним поданням однотипної інформації газетний текст певною мірою уніфікований і стандартизований. Проте, з іншого боку, саме преса відображає повсякденні зміни у світі, миттєво реагує на різноманітну інформацію з внутрішнього та зовнішнього життя країни, висвітлює факти всіх сфер її діяльності (економічної, соціальної, політичної, законодавчої, науково-освітньої, культурної тощо).

І якщо трапляються певні катаклізми, приміром, війни, державні перевороти, катастрофи, газетний дискурс різко змінює свою риторичну наповненість, спосіб подання інформації та формування суспільної думки тощо. Як зазначає Г. Почепцов, населення як масовий адресат газетного дискурсу відірване від подій у світі (реципієнт не є свідком подій, що відбуваються в іншій частині світу), тому саме журналісти виконують функцію формування суспільної думки (Почепцов, 1996: 6).

**Актуальність дослідження.** Газетний дискурс постійно перебуває в колі зацікавлення лінгвістів, оскільки є одним із ключових формотворчих чинників сучасної мовної картини світу та мовленнєвих норм того чи того суспільства. На думку О. Попкової, «сучасний газетний дискурс, зайнявши домінуючу позицію у сучасному суспільстві, активно відображає, збагачує та стимулює процеси поповнення словникового складу української мови» (Попкова, 2020). Крім того, у нинішніх реаліях, у яких опинилося українське суспільство, – два роки карантинних обмежень в країні з одночасним тотальним переходом друкованих газет на електронні носії задля швидшого й «ізолюваного» подання інформації, й особливо з початком воєнного конфлікту з боку російської федерації на території нашої держави починаючи з 24 лютого 2022 р., – неабиякої актуальності набувають дослідження основних характеристик, функцій, специфіки, місця та ролі газетного дискурсу з-поміж інших засобів масової комунікації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Газетний дискурс завжди був об'єктом активних наукових розвідок у багатьох галузях. Поняття дискурсу та комунікативний підхід до його вивчення знаходимо в працях Г. Почепцова, О. Селіванової, К. Серажим, Т. ван Дейка, І. Шевченка, О. Морозової та ін. Гендерному аспекту присвячено наші попередні дослідження (див. Маслола, 2011, 2012), а також наукові розвідки таких науковців і науковиць, як: К. Серажим, А. Загнітко, А. Смольська, Л. Ставицька, Я. Пузиренко, А. Кириліна, О. Горошко, О. Вороніна, Н. Блохіна, О. Сovenko, М. Дожук, М. Жовтобрюх та ін. Функційно-стилістичні особливості вивчали Ю. Арешенков, І. Арнольд, Д. Байбер, М. Кожина, С. Конрад, Л. Мацько, Н. Разінкіна, Д. Шмельов. Лінгвокогнітивне дослідження єдності часового й просторового вимірів зображуваного в газеті світу й засобів його мовленнєвого означування (хронотоп) здійснювали І. Колегаєва, М. Аль-Саїд. Лінгвостилістичному аспекту вивчення саме газетного дискурсу присвячено праці А. Загнітка, О. Попкової, Л. Тишакової, О. Хорошун, М. Навальної та ін. Питання мовної об'єктивації різних концептів у медійному дискурсі вивчали А. Вежицька, О. Задорожна, В. Зусман, Л. Компанцева, Т. Космеда, М. Піменова, М. Скаб, В. Старко, Ю. Степанов, Т. Романова та ін.

**Мета й основні завдання дослідження.** Дослідити специфіку, основні характеристики та функції, засоби та способи подання інформації й формування громадської думки газетного дискурсу в Україні в умовах глобальних суспільних криз. Щоб досягнути мети, потрібно проаналізувати природу, основні характеристики та функції газетного дискурсу, виявити його основні засоби впливу й формування громадської думки, здійснити лінгвокогнітивний, гендерний і соціокультурний аналіз основних концептів, реалізованих у газетному дискурсі на матеріалі сучасної офіційної преси в Україні.

**Об'єкт дослідження** – тексти сучасної офіційної української преси «Україна молода» (УМ), «Урядовий кур'єр», «Молодь України», «Дзеркало тижня», а також регіональних та вузькопрофільних видань: «Волинь», «Волинська газета», «Волинські новини», «Рівне вечірнє», «Нова доба», «Галичина» та ін.

Досліджуючи природу газетного дискурсу, передусім зауважимо, що поняття дискурсу значно ширше за поняття тексту. Дискурс – це одночасно і процес мовленнєвої діяльності, і її результат, а результат і є текст. Нідерландський дослідник Т. ван Дейк розглядає дискурс як складне комунікативне явище, що містить соціальний контекст, інформацію про учасників комунікації, знання процесу виробництва й сприйняття текстів (Дейк, 1989: 138). Газетний дискурс – один із видів масово-інформаційного дискурсу, який, зі свого боку, є інституційним типом дискурсу і виконує важливі для сучасного суспільства функції: інформує, розважає і впливає на масову аудиторію (Р. Водак, Т. ван Дейк, М. Макаров та ін.).

Залежно від каналу передавання інформації, Ю. Карпенко масово-інформаційний дискурс розподіляє на масово-інформаційний дискурс преси (або газетний дискурс) та масово-інформаційний дискурс телебачення, а також на масово-інформаційний дискурс радіо та масово-інформаційний дискурс Інтернету (Карпенко, 2018). За сферою спілкування той чи той тип дискурсу характеризується «комплексом мовних ознак, особливостями статусу комунікантів, їхньої інтеракції, специфікою інтенційно-стратегічної та інтерпретаційної програм адресанта й адресата, ситуативно-контекстуальних параметрів» (Селіванова, 2011: 86). Об'єкт нашого дослідження – саме газетний дискурс. Одним із перших дослідників, хто класифікував дискурси за способом подання інформації, був Г. Почепцов: теле- і радіодискурси, газетний дискурс, театральний дискурс, кінодискурс, літературний дискурс, рекламний дискурс, політичний дискурс, релігійний дискурс, а також дискурс у сфері публік рилейшнз. Цікавою видається також соціолінгвістична модель типології дискурсів, відповідно до якої газетний дискурс розглядають як різновид масово-інформаційного інституційного дискурсу, центром якого є спілкування журналіста й читача (Почепцов, 1996: 6). На вагомості глибше досліджувати такий аспект газетного дискурсу, як комунікація автора і реципієнта, наголошували Г. Почепцов, А. Загнітко, Ю. Карпенко та ін. Приміром, досліджуючи комунікативно-прагматичні аспекти політичного газетного дискурсу, А. Загнітко зауважує, що в структурі цього дискурсу «під комунікантами маються на увазі автор з власною соціально-прагматичною позицією і реципієнт з відповідним рівнем розвитку свідомості, мовної компетенції, знань про світ та емоційним рівнем сприйняття довкілля» (Загнітко, 2007: 190). Умовами такої комунікації дослідник визначає політично-ідеологічну настанову газетного видання з акцентом на соціальний статус читача. На взаємодії мислення та мови в структурі медійного дискурсу, що реалізується в мовленнєвому акті суб'єктів комунікації, експлікуючи водночас рівень інтелекту, обізнаності, життєвого досвіду, ми також наголошували в попередніх своїх дослідженнях (Маслола, 2012: 70). Ю. Карпенко також підкреслює, що, маючи перед собою масову аудиторію з різними зацікавленнями, ступенем інформованості, інтелектом, підготовкою, віком, культурою, життєвим досвідом, географічним розташуванням, адресанту досить непросто знайти способи залучити якнайбільшу частину цієї аудиторії саме до свого видання. Для цього автори використовують різні моделі подання інформації, різні прийоми та засоби її презентування, «добираючи відповідні потребам адресата виразні вербальні й невербальні компоненти, апелюючи до його свідомості, впливаючи на нього за допомогою поєднання експресії і стандарту» (Карпенко, 2018). Висновки Ю. Карпенко наочно продемонстровано в заголовку газетної статті: «Загальна сума прямих збитків інфраструктури вже перевищує \$105,5 млрд, – KSE» (День. – 28.05.2022), де не зазначено ні місця подій, ні часу. Проте «відсутність» цих надважливих складників подання інформації задля повного її розуміння компенсовано невербальними засобами. По-перше, стаття

надрукована в період війни на території України, і читач одразу правильно сприймає часові межі подій, описаних у тексті, тобто під такою назвою реципієнт очікує отримати статистику втрат України з моменту початку воєнних дій і до моменту виходу статті. По-друге, статтю супроводжує фото зі зруйнованою ракетними обстрілами будівлею, що відхиляє будь-які сумніви читача щодо того, що стаття справді стосується теми війни в Україні. Це дало змогу авторові скоротити заголовки на словосполучення, яке б характеризувало період, натомість уможливило викласти іншу важливу інформацію – джерело одержаних даних – KSE (Київська школа економіки). Не викликає сумніву, про який період ідеться в статтях із заголовками: «*Держнагородами вже відзначені 24 тисячі захисників та захисниць, – президент*» (День. – 24.07.2022), «*Вони досі не вибачилися за вбивство наших громадян: Данілов дорікнув Німеччині*» (Дзеркало тижня. – 01.02.2022), (читач розуміє, що в останньому йдеться про період Другої світової війни).

На думку А. Загнітка, вивчаючи структуру газетного дискурсу, особливо важливо аналізувати концептуальну картину світу реципієнта як останнього компонента комунікативної ситуації: «автор → текст → реципієнт». «Відсутність останнього робить комунікативний акт не тільки незавершеним, а просто таким, що позбавлений функціонування» (Загнітко, 2007: 190). Дослідник уважає, що для успішного комунікативного акту потрібен емоційний настрій автора як текстопороджувального початку, його прагнення проникнути у світ переживань реципієнта.

Отже, у дискурсі переважає комунікативна інтенція передавання смислів (концептів, категорій), а не звичайне донесення інформації. Загалом газетний дискурс базується на двох основних моделях подання інформації: 1) фактична модель, де головним є виклад факту; 2) авторська модель, де викладено авторський погляд на подію чи явище. Водночас західні ЗМІ завжди ставили на перше місце фактичну модель подання інформації, вітчизняні – авторську. Тому однією з головних ознак сучасного українського газетного тексту є оцінність – ставлення автора до зображуваної події/явища. Водночас, як уважає К. Серажим, оцінність – ефективний засіб установлення зв'язку між адресантом і адресатом, адже допомагає автору передавати зрозумілі для читача повідомлення (Серажим, 2002: 55). 3-поміж інших ознак газетного дискурсу І. Шевченко виокремлює інтенціональність, інформативність (когнітивні категорії), адресованість, ситуативність (комунікативні категорії), комунікативні дії та ролі, жанрово-стилістичні особливості (метадискурсивні категорії) (Шевченко, 2010: 336). Адресованість повідомлення є прагматичною ознакою комунікації. Цей засіб все частіше використовують у газетному дискурсі, щоб привернути увагу та вплинути на масову свідомість. На думку Т. ван Дейка, завдання дискурсу ЗМІ – вплинути на формування громадської думки. «Досягнення мети і завдання забезпечується тим, що дискурс ЗМІ – комунікативне явище, а будь-яке спілкування – це цілеспрямований вплив» (Дейк, 1989: 138). Перехід сучасної української друкованої преси в електронний формат значно розширив комунікативну роль газетного дискурсу, адже тепер на сайті газети можна викладати також візуальний та аудіоконтент (який пришвидшує й полегшує сприйняття інформації), розміщувати коментарі якщо не для налагодження «зворотного зв'язку» (а, отже, і двосторонньої комунікації на зразок «лист – непублічна відповідь», що приходить зазвичай на електронну пошту), то для написання коментарів, що також передбачає налагодження «зворотного зв'язку» (але пізніше й на цей раз публічного). Такі двобічні комунікації з читачем добре налагоджені в західних ЗМІ, де вже давно є електронні відповідники друкованої преси із широким застосуванням усіх переваг електронного видання. Більшість західних електронних відповідників розміщує на сайтах блоги своїх авторів/редакторів, щоб ефективніше налагодити комунікацію з читачем та залучити більше споживачів інформації.

Аналізуючи сучасний газетний дискурс на матеріалах української офіційної преси, зауважимо: якщо раніше була велика невідповідність між авторським уживанням слів іншомовного походження, вузької спеціалізованої термінології та розумінням цієї лексики читачем, і це спонукало читача пропускати інформацію, викладену під не зовсім зрозумілим заголовком, і переходити до більш прийняттого контенту, то сьогодні ця невідповідність мінімальна. Це зумовлено тим, що сьогоднішній читач бажає отримувати інформацію в режимі нон-стоп, особливо про ситуації в тій чи тій точці країни, на території якої точиться війна. Реципієнт відмовляється пропускати статтю тільки через те, що в ній є кілька незрозумілих термінів, адже він миттєво знаходить їхнє значення на інших медійно-комунікативних ресурсах. Приміром, якщо на початку повномасштабного воєнного вторгнення росії на територію України пересічний читач міг не розумітися, скажімо, на типах бронезилетів або видах військових літаків, то вже через декілька тижнів, щоденно моніторячи новини, він починає добре їх розрізняти. Сьогодні не потребують додаткового пояснення терміни «*кевлар*», «*бронезилет 4-го (5-го, 6-го) класу*», «*балістична експертиза*», «*тепловізор*», «*БМП*»: «Українські медсестри отримали *полегшені жіночі бронезилети* для роботи на передовій» (УМ. – 14.08.2022), «Словенія передала Україні 35 *БМП М-80А* та захисне спорядження» (УМ. – 18.06.2022), «Військовим тероборони Рівненщини передали півтори тисячі *турецьких бронезилетів*» (Рівне. – 09.06.2022), де також зазначено: «Це *бронезилети четвертого класу, НАТО-стандарту*»; «*Тактичне спорядження, яке протестувала війна*» (Урядовий кур'єр. – 02.08.2022).

Сучасна публіцистика вже не тяжіє до спрощення мови викладення інформації, як раніше, а навпаки використовує велику кількість вузькопрофільної складної термінології. Проте дослідники, зокрема Н. Поліщук (Поліщук, 2010: 165), звертають увагу на те, що використання в пресі фахової лексики для відображення сучасних суспільно-політичних реалій в українському й світовому масштабі не нове, воно актуалізується й починає набирати нових обертів під час нової кризи в суспільстві, що спостерігаємо з початком воєнних дій на території нашої держави. Аналізуючи сучасні україномовні газетні тексти, Н. Поліщук виокремлює дві групи термінологіки, яка активно функціонує на шпальтах газет: терміни, що використовують у прямому значенні (у номінативно-дефінітивній функції), і термінологіки в переносному значенні, які набувають емоційно-експресивних конотацій (Там само). Семантика термінів залежить від індивідуальних авторських прийомів уведення їх у газетний текст. У номінативно-дефінітивній функції в газетному тексті автори вживають загалом суспільно-політичні, економічні терміни, «оскільки це той пласт лексики, що віддзеркалює основне спрямування газети, основні поняття, якими вона оперує» (Там само). На думку Н. Поліщука, широке вживання термінологіки в прямому й переносному значенні зумовлює оновлення газетного тексту. Дослідниця зауважує, що таке оновлення сталося під час першої кардинальної зміни в українському суспільстві часів незалежності – Помаранчевої революції (2004–2005), ще раз доводячи політичну та соціокультурну чутливість дискурсу ЗМІ.

Швидкість реагування газетного дискурсу на важливі події та явища в державі яскраво демонструє кардинальна зміна його риторики, способів подання інформації й ужитих для цього засобів на початку повномасштабного вторгнення російської федерації на територію нашої держави в лютому 2022 р. Для новітнього газетного дискурсу в Україні характерна поява неологем, ужитих як у прямому, так і переносному значенні, вузькопрофільна термінологія без додаткового пояснення, адресність повідомлень, заклики до єднання й боротьби, ситуативність викладення матеріалу, що передбачає співвіднесеність мовлення з невербальними умовами ситуації спілкування, залучення метадискурсивних категорій, що містять засоби оформлення газетного дискурсу як процесу. Зараз не лише має значення ЩО сказати аудиторії, а і ЯК саме. Нового вираження та звучання в сучасному газетному дискурсі набувають основні концепти, реалізовані на шпальтах газет від початку першого вторгнення росії на територію України 2014 р. Приміром, лексичне вираження концепту «**війна**» зазнало трансформації від метафоричних значень до номінативів на позначення нових реалій українського суспільства. Аби розмежувати поняття війни, яка почалася лише на східній території України 2014 р., і ту, що поширилася на всю територію держави 2022 р., український газетний дискурс продукує такі поняття, як «*повномасштабне вторгнення*», «*російська агресія*», «*російська збройна агресія*», «*воєнний конфлікт*», «*справжня війна*»: «Данілов пояснив, чому влада не попередила українців про **повномасштабне вторгнення**» (Дзеркало тижня. – 22.08.2022), «Злочинів вчинених в період **повномасштабного вторгнення** рф зафіксовано більше 22 тисяч» (День. – 03.06.2022), «Україна протистоїть **вторгненню** РФ: день 181-й» (Дзеркало тижня. – 22.08.2022).

У попередніх дослідженнях (Маслова, 2012: 58) ми зазначали, що в структурі дискурсу концепти та їхні деривати відіграють роль своєрідних значеннєвих віх, тому їх можна виокремити завдяки частому вживанню й розгортанню навколо них великих семантико-тематичних груп лексики. Н. Мех зауважує, що концепт може бути вербалізований окремими словами та словосполученнями, фразеологічними одиницями, реченнями та цілими текстами (Мех, 2003: 26). Наприклад, концепт «*війна*» на шпальтах сьогоденних газет реалізується в поєднанні лексем «*повітряна тривога*», «*загроза*», «*нова реальність*», «*ворожі обстріли*», «*воєнні злочинці*», «*добровольці*», «*вишкіл*», «*передова*», «*амуніція*», «*мілітаризуватися*», «*тактична форма*», «*тактичне спорядження*», які раніше не були притаманні українському газетному дискурсу, проте відразу стали зрозумілими читачеві в нових реаліях. Особливої експресії набули лексеми на позначення «*своїх*» і «*не своїх*» (чужих) у нових обставинах – «*партнери-гаранти*», «*волонтери*», «*справжні друзі України*», «*ветерани*»...

Новинні повідомлення стали лаконічними, уніфікованими, нерідко адресними з експресивними закликами «*Єднаймося!*», «*Ми єдині!*», «*Вірмо!*», «*Віримо і не здаємося*», «*Не панікуємо!*»: «**Переможемо і житимемо**» (Урядовий кур'єр. – 05.08.2022).

У досліджуваному дискурсі спостерігаємо тенденцію конотувати війну лише негативно (особливо у зв'язку з нинішньою ситуацією в Україні): «*ціннична і садистська війна*», «*жорстока війна*», «*несправедлива, безглузда війна*»: «**Жорстока війна**, якої не було 77 років»: Зеленський назвав кількість ракетних та авіаударів рф» (Волинські новини. – 23.07.2022), «Крім людей, **війна жорстоко** нищить природу» (Голос України. – 29.04.2022), «**Жорстока війна** забирає найкращих, які стали в ряди воїнів...» в статті «У Драбівській громаді попрощалися із бойовим медиком» (Нова доба. – 15.06.2022).

Газетний дискурс від початку повномасштабної війни в Україні експлікує розмежування між високою метою справедливої війни («*боронити Україну*», «*герой*», «*слава герою*», «*очистити свою землю*»: «Історія прикордонника, який **повернувся** з-за кордону **боронити** Україну» (Високий замок. – 28.07.2022), «**Брати** із Черкащини **боронять** Україну» (Нова доба. – 06.04.2022), «**Боронити** рідну домівку – завдання кожного» (Урядовий кур'єр. – 19.02.2022), «**Два місяці героїчного протистояння** українців: **життя переможе**» (Урядовий кур'єр. – 24.04.2022)) та жорстокістю несправедливої війни («*бутафорська антитерористична операція*», «*кривава бійня*»: «**Спеціальна операція**» і **відриваність від реалій** воєнних експертів Росії (Український погляд. – 17.03.2022), «**Пропанандистське прикриття** війни як **спеціальної операції**» створює низку проблем у ЗС РФ – ISW» (#Букви. – 20.06.2022), «**Правда** про війну» (Урядовий кур'єр. – 02.08.2022), «**Агресія перестала** бути **прихованою**» (Урядовий кур'єр. – 23.02.2022).

Варто зауважити, що й концепт «**мир**» у сучасному газетному дискурсі набув також нових нетипових значень. У лінгвостилістичному вираженні на сторінках сьогоднішніх газет він стає хитким, ненадійним, залежним від чогось або когось: «**Мир** у Європі **залежить** від обсягу допомоги» (Урядовий кур'єр. – 12.08.2022), «**Столтенберг** вважає, що **мир** в Україні **можливий**, але питання в ціні» (13.06.2022), «Зеленський розповів, від чого **залежать** терміни **закінчення війни**» (Голос України. – 07.07.2022). Негативної конотації набувають фрази «*поганий мир*», «*мирні переговори*», «*компроміс*», оскільки читач асоціює їх із поступкою України власними територіями й можливістю повторного нападу: «Путін може запропонувати Україні «поганий мир» вже в листопаді – британський експерт» (Дзеркало тижня. – 12.08.2022), «Нам доведеться мати справу з путінім». Які варіанти «компромісу» з рф пропонують Україні деякі західні країни – розбір» (НВ. – 13.06.2022). Позитивної конотації лексема «**мир**» набуває в контексті розмови про плани на майбутнє та відбудову країни після війни, але обов'язково після перемоги: «Молодь допомагатиме **розбудовувати мир**» (Урядовий кур'єр. – 08.02.2022), «Велика Британія може зіграти одну з **ключових ролей у відбудові** України, – Денис Шмигаль» (Галінфо. – 19.06.2022), «**Відбудова України** – це не тільки про те, що треба зробити після перемоги, а й про те, що маємо робити зараз разом з партнерами» (Голос України. – 05.07.2022), «Україна та Нідерланди **готові працювати спільно й ефективно** в інтересах всієї Європи» (Голос України. – 11.07.2022), «Країна мрії: чому **вже час розпочати відбудову** України попри війну» (mind.ua – 12.08.2022).

Лінгвокогнітивний аналіз сучасного газетного дискурсу виявив чимало суто авторських неологем на позначення сутності нинішньої соціально-політичної ситуації в країні, а також її сприйняття суб'єктами комунікації. Приміром, для характеристики влади ворожої країни, її вчинків, висловлень автори нерідко використовують неологізми з негативно-комічною конотацією. Зазвичай похідними для нових фразем є попередні неадекватні висловлення ворожої сторони: «**Мобілізобація та денацифікація**» (Урядовий кур'єр. – 10.05.2022).

Особливої експресії в сучасному газетному тексті набувають слова та фрази, знову ж такі «запозичені» у ворожої сторони, які використовують на позначення непокірності, волелюбства українського народу та нищості, недалекості ворога. «Улюбленими» в цьому плані стали лексеми «*бандерівець/бандерівка/бандерівці*» та «*москаль/москалі*»: «**Бандерівкою**

не називають, але за дивачку точно мають» (Волинська газета. – 19.09.2020), «*Вішайтеся, москалі, бо стріляє «бандерівка» Настя неймовірно швидко і влучно!*» (Волинська газета. – 13.03.2020), «*Та є в Україні бандерівці! І їхні гасла – сьогодні для нас закон!*» (Голос України. – 16.03.2022), «*Бандерівці виявилися не кровожерливими. Довелося наймати поляків*» (Gazeta.ua. – 15.01.2019).

Щодо мовного вираження концептів «чоловік» і «жінка» в сучасному газетному дискурсі, то його варто аналізувати з огляду на гендерний аспект. Оскільки одна з основних функцій газетного дискурсу – впливати на суспільну думку, не дивно, що в часи війни в ньому формують образи та смисли, які спонукають до боротьби за свою землю, наближення перемоги над ворогом. На передній план виходить образ *чоловіка-героя, захисника*. Нерідко слово «Герой» пишуть із великої літери, надаючи ще більшої ваги образу: «У Рівному попросилися відразу з трьома *Героями*» (Рівне вечірне. – 13.08.2022), «Президент України посмертно нагородив *Героя* з Тернопільщини Сергія Погара» (Наш день. – 16.08.2022). Чимало випадків, коли лексему «герой» вжито в прямому значенні, у такому разі йдеться про людину, якій уже присвоєно звання Героя України. Проте коли цей термін використовують у заголовку, він має подвійну конотацію – розповідає про регалії людини й підкреслює її героїчні вчинки в минулому: «*Герой України* та бізнесмен Вадатурський загинув під час обстрілу росіян» (Час. – 31.07.2022).

Позитивної конотації на шпальтах газет набувають слова та фраземи «*кіборг*», «*гроза рашистів*», «*привид*» (хоч і час-то вживають у лапках, щоб передати позитивне значення): «У війні з росією загинув «*кіборг*» Руслан Боровик» (День. – 01.05.2022), «Думали, що волинянин загинув... А він став *грозою рашистів!*» (Волинь. – 22.04.2022), ««Я лечу по твою душу». Що відомо про легендарного «*Привида Києва*» і чутки про його смерть» (НВ. – 02.05.2022).

З початком війни в країні та мобілізації до війська жінок, а також із потребою посилено працювати задля наближення перемоги в тилу, на перший план у пресі виходить образ «*жінка-воїн*»: «*Жінки на передовій і на всіх фронтах війни в Україні*» (Голос України. – 13.05.2022), «*Красиві, сильні й вправні: показали фото мужніх українських захисниць*» (Gazeta.ua. – 13.06.2022), «У ЗСУ з'явилася *перша* жінка-бригадний *генерал*» (Букви. – 26.08.2021), «Нема людей, які не бояться»: як *мама трьох дітей* стала *командиром* протитанкового відділення» (Волинські новини. – 12.06.2022). Особливої експресії мовному вираженню цього образу надають гендерно марковані фраземи на зразок: «У *найкрайчих традиціях амазонок*. В українській армії чимраз більшу роль відіграють жінки-військовослужбовці – навіть у її бойових підрозділах» (Галичина. – 12.02.2022), «Жінок в українській армії сьогодні багато. І деякі займають такі посади, що *не кожен чоловік зміг би впоратися*»: історія конотопчанки, яка боронить Україну» (Голос Конотопа. – 17.07.2022).

Засоби лексичного вираження концепту «жінка» поповнено фемінітивами на зразок: «*волонтерка*», «*психологиня*», «*снайперка*», «*танкістка*», «*артилеристка*», «*офіцерка*», можливо, не завжди правильної граматичної форми, як-от, «*заступниця командира*», «*заступниця міністра*». Ці фраземи підкреслюють, що жінка сьогодні виконує ті самі ролі, що й чоловік (воює, захищає, працює в тилу, виховує дітей, підтримує сім'ю та близьких, надає психологічну підтримку тощо), але водночас залишається жінкою: «*Танкістки та артилеристки: у Міноборони розповіли, скільки жінок служать у ЗСУ*» (Українська правда. – 24.07.2022), «*Війна очима жінки. Історія офіцерки Катерини*» (День. – 19.04.2022).

Гендерні дослідження сучасного газетного дискурсу, безумовно, мають великий потенціал. Окремі історії жіноцтва на війні так чи так буде присвячено жінці-жертві. Адже війна в Україні ХХІ століття – це наскрізна трагічна історія наруги, звалтувань, принижень, страху і страждань, яка випала на долю чималої кількості наших співвітчизниць: «*Військовий рф звалтував жінку і погрожував дитині*» (Волинь. – 16.08.2022), «*Українська мати у розпачі: Росіяни лізуть у хату, гвалтують моїх дітей*» (Голос України. – 16.04.2022).

**Висновки та перспективи дослідження.** На основі проаналізованого матеріалу робимо висновок, що газетний дискурс як тип масово-інформаційного дискурсу має велике значення в системі засобів масової комунікації. По-перше, він є важливим каналом інформування аудиторії, формування суспільної думки, впливу на масову свідомість і, як наслідок, здатний отримати зворотну реакцію читача. Основними характеристиками газетного дискурсу визначаємо його повноту викладення матеріалу, аргументованість, чутливість до глобальних змін чи загроз у суспільстві, діалогічність, маніпулятивність, здатність поєднувати експресію зі стандартом. Перспективним, на нашу думку, є дослідження основних ознак газетного дискурсу загалом та специфіки українського газетного дискурсу в нових реаліях війни зокрема. Також важливого значення набувають риторичний, лінгвокогнітивний, гендерний, соціокультурний, історико-політичний аспекти аналізу новітнього газетного дискурсу в Україні.

#### Література:

1. Аль-Саїд М. Хронотоп газетного тексту (лінгво-когнітивне дослідження на матеріалі інформаційних повідомлень англomовних газет : дис... канд. наук : 10.02.04. 2001.
2. Дейк Т. ван Язык, познание, коммуникация. Москва : Прогресс, 1989. 312 с.
3. Желтухіна М. Функції мас-медіального дискурсу. *Жанри і типи тексту в науковому і медійному дискурсі* : міжвузівський збірник наукових робіт. Орел, 2007. Вип. 5. С. 191–201.
4. Загнітко А. Комунікативно-прагматичні аспекти сучасного політичного газетного дискурсу. *Культура народів Причорномор'я*. 2007. № 110, Т. 1. С. 190–193.
5. Загнітко А. Сучасний політичний газетний дискурс: риторика і синтаксис. *Донецький вісник Наукового товариства ім. Шевченка*. Донецьк : Східний видавничий дім, 2007. Т. 16. С. 5–19.
6. Карпенко Ю. Газетний дискурс як тип масово-інформаційного дискурсу. *Studia-linguistica*. 2020. URL : <http://studies-linguistica.knu.ua/gazetnij-diskurs-jak-tip-masovo-informacijnogo-diskursu>.
7. Маслова Ю. Концептосфера гендерного дискурсу ЗМІ. *Нова інформаційна ситуація та тенденції альтернативного розвитку ЗМК в Україні*. Острого : Вид-во НАУ «Острозька академія», 2012. С. 57–69.
8. Маслова Ю. Лінгвосинергетичне поле гендерного дискурсу (на прикладі заголовків друкованих ЗМІ). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Сер. : Філологічна. 2011. Вип. 21. С. 65–73.
9. Маслова Ю. П. Проблема трактування дискурсу в сучасній лінгвістиці. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія : Філологічна. 2012. Вип. 31. С. 67–70.
10. Мех Н. Зміст терміна концепт. *Культура слова*. 2003. Вип. 62. С. 26–30.
11. Навальна М. Динаміка лексики української періодики початку ХХІ ст. : монографія. Київ : ВД Дмитра Бураго, 2011. 328 с.

12. Павлик Н. Лінгвостильові параметри україномовного газетного дискурсу. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету*. 2016. Вип. X. С. 96–101.
13. Поліщук Н. Термінологічна лексика в газетному тексті (на матеріалах газет “Високий Замок”, “Газета по-українськи”, “Скриня”). *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Серія: “Проблеми української термінології”*. 2010. № 675. С. 165–170.
14. Попкова О. А. Сучасний газетний дискурс як сфера об’єктивації складних слів. *Мова*. 2020. № 33 URL : <http://mova.onu.edu.ua/article/view/206541>.
15. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ : Наукова думка, 1996. 175 с.
16. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с
17. Селіванова О. Основи теорії мовної комунікації : підручник. Черкаси : Видавництво Чабаненко Ю. А., 2011. 350 с.
18. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалах сучасної газетної публіцистики : монографія / за ред. В. Різуна. Київ, 2002. 392 с.
19. Совенко О. Гендерний дискурс у сучасних медіа (на матеріалах моніторингу регіональної преси 2017–2018). 2018. URL : <https://genderindetail.org.ua/library/ukraina/genderniy-diskurs-u-suchasnih-media-na-materialah-monitoringu-regionalnoi-presi-2017-2018-134487.html>.
20. Стишов О. Динамічні пронеси в суспільно-політичній лексичі й термінології сучасних мас-медіа. *Проблеми семантики слова, речення і тексту*. Київ : КДУУ, 2000. С. 341–347.
21. Тишакова Л. Деякі аспекти аналізу газетного дискурсу. 2007. URL : <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/107147/24-Tishakova.pdf?sequence=1>.
22. Хорошун О. Дискурс засобів масової інформації: характерні особливості. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки*. 2014. Вип. 6. С. 160–163.
23. Шевченко І., Морозова О. Проблеми типології дискурсу. *Дискурс як когнітивнокомунікативний феномен*: кол. монографія / за заг. ред. Шевченко І. Харків : Константа, 2005. С. 233–237.
24. Шевченко І. Категорії дискурсу як евристична проблема. *Каразінські читання: Людина, мова, комунікація*: матер. IX Між-нар. наук. конф. Харків, 2010. С. 336–338.
25. Wodak Rut. The Politics of Fear. What Right-Wing Populist Discourses Mean. URL : [https://www.researchgate.net/publication/282572733\\_The\\_Politics\\_of\\_Fear\\_What\\_Right-Wing\\_Populist\\_Discourses\\_Mean](https://www.researchgate.net/publication/282572733_The_Politics_of_Fear_What_Right-Wing_Populist_Discourses_Mean).

#### References:

1. Al-Sayid M. (2001). Chronotop hazetnoho tekstu (linhvo-kohnityvne doslidzhennya na materiali informatsiynykh povidomlen' anhlomovnykh hazet) [Chronotope of a newspaper text (linguo-cognitive research of informative messages in English language newspapers)]: dys.... kand. nauk: 10.02.04 [in Ukrainian].
2. Deyk T. van (1989). Yazyk, poznyanye, kommunikatsiya [Language, knowledge, communication]. Moskva : Prohress. 312 s. [in Russian].
3. Zheltukhina M. (2007). Funktsiyi mas-medial'noho dyskursu [Functions of mass media discourse]. *Zhanry i typy tekstu v naukovomu i mediyomu dyskursi [Genres and types of text in scientific and media discourse] : mizhvuziv's'kyi zbirnyk naukovykh robot*. Vyp. 5. 191–201 [in Ukrainian].
4. Zahnitko A. (2007). Komunikatyvno-prahmatychni aspekty suchasnoho politychnoho hazetnoho dyskursu [Communicative and pragmatic aspects of modern political newspaper discourse]. *Kul'tura narodov Prychernomor'ya [Culture of the peoples of the Black Sea region]*. 110, 1. 190–193 [in Ukrainian].
5. Zahnitko A. (2007). Suchasnyy politychnyy hazetnyy dyskurs: rytoryka i syntaksys [Modern political newspaper discourse: rhetoric and syntax]. *Donets'kyi visnyk Naukovoho tovarystva im. Shevchenka [Donetsk Bulletin of the Scientific Society named after Shevchenko]*. Donets'k. 16. 5–19 [in Ukrainian].
6. Karpenko Yu. (2020). Hazetnyy dyskurs yak typ masovo-informatsiynoho dyskursu [Newspaper discourse as a type of mass information discourse]. *Studia-linguistica*. URL : <http://studia-linguistica.knu.ua/gazetnij-diskurs-jak-tip-masovo-informacijnogo-diskursu> [in Ukrainian].
7. Maslova Yu. (2012). Kontseptosfera hendernoho dyskursu ZMI [The conceptual sphere of media gender discourse]. *Nova informatsiyna sytuatsiya ta tendentsiyi al'ternatyvnoho rozvytku ZMK v Ukrayini [The new information situation and trends in alternative media development in Ukraine]*. Ostroh. 57–69 [in Ukrainian].
8. Maslova Yu. (2011). Linhvostyl'ovi parametry ukrayinomovnoho hazetnoho dyskursu (na prykladi zaholovkiv drukovanykh ZMI) [Linguistic and stylistic fields of gender discourse (for example of headlines in print media)]. *Naukovi zapysky Natsional'noho universytetu "Ostroz'ka akademiya". Ser. : Filolohichna [Scientific Proceedings of Ostroh Academy National University: Philology Series]*. Vyp. 21. 65–73 [in Ukrainian].
9. Maslova Yu. (2012). Problema traktuvannya dyskursu v suchasnyy linhvistytsi [The problem of discourse interpretation in modern linguistics]. *Naukovi zapysky Natsional'noho universytetu "Ostroz'ka akademiya". Seriya : Filolohichna [Scientific Proceedings of Ostroh Academy National University: Philology Series]*. Vyp. 31. 67–70 [in Ukrainian].
10. Mekh N. (2003). Zmist termina kontsept [The content of the term concept]. *Kul'tura slova [Culture of the word]*. Vyp. 62. 26–30 [in Ukrainian].
11. Naval'na M. (2011). Dynamika leksykonu ukrayins'koyi periodyky pochatku XXI st. [Dynamics of the lexicon of Ukrainian periodicals at the beginning of the 21st century] : monohrafiya. Kyiv : VD Dmytra Buraho. 328 s. [in Ukrainian].
12. Pavlyk N. (2016). Linhvostyl'ovi parametry ukrayinomovnoho hazetnoho dyskursu [Linguistic parameters of Ukrainian-language newspaper discourse]. *Naukovi zapysky Berdyans'koho derzhavnogo pedahohichnoho universytetu [Scientific notes of Berdyansk State Pedagogical University]*. Vyp. X. 96–101 [in Ukrainian].
13. Polishchuk N. (2010). Terminolohichna leksyka v hazetnomu teksti (na materialakh hazet “Vysokyy Zamok”, “Hazeta po-ukrayins'ky”, “Skrynya”). [Terminological vocabulary in the newspaper text (based on the materials of the newspapers “Vysoky Zamok”, “Gazeta po-ukrainsky”, “Skrynya”).]. *Visnyk Natsional'noho universytetu “L'viv's'ka politekhnika”. Seriya: “Problemy ukrayins'koyi terminolohiyi” [Bulletin of the Lviv Polytechnic National University. Series: “Problems of Ukrainian terminology”]*. № 675. 165–170 [in Ukrainian].
14. Popkova O. A. (2020). Suchasnyy hazetnyy dyskurs yak sfera ob'yektivatsiyi skladnykh sliv [Modern newspaper discourse as a sphere of complex words objectivation]. *Mova [Language]*. № 33. URL : <http://mova.onu.edu.ua/article/view/206541> [in Ukrainian].
15. Pocheptsov H. H. (1996). Teoriya komunikatsiyi [Theory of communication]. Kyiv. 175 s. [in Ukrainian].
16. Selivanova O. (2006). Suchasna linhvistyka: terminolohichna entsyklopediya [Modern linguistics: a terminological encyclopedia]. Poltava. 716 s. [in Ukrainian].
17. Selivanova O. (2011). Osnovy teoriiy movnoyi komunikatsiyi [Basics of the theory of language communication] : pidruchnyk. Cherkasy : Vydavnytstvo Chabanenko Yu. A. 350 s. [in Ukrainian].
18. Serazhym K. (2002). Dyskurs yak sotsiolinhval'ne yavyshe: metodolohiya, arkhitektonika, variatyvnist' (na materialakh suchasnoyi hazetnoyi publitsystyky) [Discourse as a sociolinguistic phenomenon: methodology, architecture, variability (on the materials of modern newspaper journalism)] : monohrafiya / za red. V. Rizuna. Kyiv. 392 s. [in Ukrainian].

19. Sovenko O. (2018). Hendernyy dyskurs u suchasnykh media (na materialakh monitorynhu rehional'noyi presy 2017–2018) [Gender discourse in modern media (based on monitoring materials of the regional press 2017–2018)]. URL : <https://genderindetail.org.ua/library/ukraina/genderniy-diskurs-u-suchasnih-media-na-materialah-monitoringu-regionalnoi-presi-2017-2018-134487.html> [in Ukrainian].
20. Styshov O. (2000). Dynamichni protsesy v suspil'no-politychniy leksytsi y terminolohiyi suchasnykh mas-media [Dynamic processes in the socio-political vocabulary and terminology of modern mass media]. *Problemy semantky slova, recheniya i tekstu [Problems of word, sentence and text semantics]*. Kyiv : KDLU. 341–347 [in Ukrainian].
21. Tyshakova L. (2007). Deyaki aspekty analizu hazetnoho dyskursu [Some aspects of newspaper discourse analysis]. URL : <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/107147/24-Tishakova.pdf?sequence=1> [in Ukrainian].
22. Khoroshun O. (2014). Dyskurs zasobiv masovoyi informatsiyi: kharakterni osoblyvosti [Discourse of mass media: characteristic features]. *Visnyk Luhans'koho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Filolohichni nauky [Bulletin of Taras Shevchenko Luhansk National University. Philological sciences]*. Vyp. 6. 160–163 [in Ukrainian].
23. Shevchenko I., Morozova O. (2005). Problemy typolohiyi dyskursu [Problems of typological discourse]. *Dyskurs yak kohnytyvnokomunikatyvnyy fenomen [Discourse as a cognitive-communicative phenomenon]: kol. monohrafiya / za zah. red. Shevchenko I.* Kharkiv : Konstanta. 233–237 [in Ukrainian].
24. Shevchenko I. (2010). Katehoriyi dyskursu yak evrystychna problema [Categories of discourse as a heuristic problem]. *Karazins'ki chytannya: Lyudyna, mova, komunikatsiya [Karazin readings: Man, language, communication]: mater. IX Mizhnar. nauk. konf. Kharkiv.* 336–338 [in Ukrainian].
25. Wodak Rut. The Politics of Fear. What Right-Wing Populist Discourses Mean. URL : [https://www.researchgate.net/publication/282572733\\_The\\_Politics\\_of\\_Fear\\_What\\_Right-Wing\\_Populist\\_Discourses\\_Mean](https://www.researchgate.net/publication/282572733_The_Politics_of_Fear_What_Right-Wing_Populist_Discourses_Mean) [in English].