

Отримано: 10 лютого 2024 р.

Прорецензовано: 27 лютого 2024 р.

Прийнято до друку: 11 березня 2024 р.

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

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

DOI: 10.25264/2519-2558-2024-21(89)-134-138

Маслова Ю. П. Образ жінки в сучасному газетному дискурсі України воєнного періоду. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2024. Вип. 21(89). С. 134–138.

УДК: 808:659.3 (477)

Маслова Юлія Петрівна,кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційно-документних комунікацій,
Національний університет «Острозька академія»

ОБРАЗ ЖІНКИ В СУЧАСНОМУ ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ УКРАЇНИ ВОЄННОГО ПЕРІОДУ

Засоби масової інформації, зокрема газетні видання, часто виконують функцію не лише інформаційних посередників, але й конструкторів соціальної реальності, формуючи гендерні ролі, уявлення та стереотипи. Газетні статті про військові реалії висвітлюють широкий спектр соціальних питань, що включає і зміни в соціальній структурі, і рухи біженців, і гуманітарні катастрофи, і вплив війни на повсякденне життя людей. У статті на матеріалі газетних текстів і заголовків у сучасних українськомовних виданнях воєнного періоду описано основні якості, що формують образ жінки. Мета наукової розвідки – проаналізувати пріоритетні жіночі ролі, до яких звертаються автори газетних текстів у процесі їхньої вербалізації на лексико-семантичному й стилістично-аксіологічному рівнях. Динамічна жвавість дискурсу і швидка реакція на зміну соціокультурних реалій буття дає змогу газетним виданням досить ефективно впливати на свою цільову аудиторію в період війни, використовуючи комунікативні потенції мови й різноманітні мовні прийоми: експресивно забарвлену й стилістично-знижену лексику, військову термінологію, неологізми, стилістичні прийоми, метафоричність висловлювань, сленг тощо. У статті осмислено репрезентацію жінок у сучасному газетному дискурсі України в контексті воєнного періоду, тому основну увагу зацентовано на аналізі змін у візуалізації та моделюванні жіночих образів ідентичності в газетних публікаціях, урахувавши їхню роль як учасниць військових дій, так і їхній вагомий внесок у підтримку воєнних зусиль на різних рівнях суспільства. Дослідження спирається на теоретичні основи гендерних студій та аналіз газетного дискурсу, осмислюючи як традиційні, так і новітні підходи до висвітлення жіночих модифікованих образів у пресі. Усебічний аналіз медіа вказує на тенденцію до зміни в ієрархії гендерних стереотипів стосовно жінок, їх нівелювання, адже простежуємо зміщення акцентів у бік актуалізації жіночої ділової, політичної, громадської й військової активності. В епоху інформаційних технологій та масових комунікацій газетний дискурс виконує вирішальну роль у формуванні суспільних уявлень.

Ключові слова: газетний дискурс, образ жінки, воєнний період, Україна, гендерні студії.

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

THE IMAGE OF WOMAN IN MODERN UKRAINIAN NEWSPAPER DISCOURSE DURING THE WAR

The media, in particular newspapers, often serve functions not only as information mediators but also as constructs of social reality, shaping gender roles, perceptions, and stereotypes. Newspaper articles about military realities cover a wide range of social issues, including changes in the social structure, refugee movements, and humanitarian disasters, and the impact of war on people's daily lives. The article is based on newspaper texts and headlines in contemporary Ukrainian-language publications of the wartime period, the article describes the main qualities that form the image of a woman. The purpose of the research is to analyse the priority of female roles addressed by the authors of newspaper texts in the process of their verbalization at the lexical, semantic, stylistic, and emphatic levels. The dynamic liveliness of the discourse and the rapid response to the changing socio-cultural realities of life allows newspapers to influence their target audience quite effectively influence their target audience during the war, using the communicative potential of language and various linguistic techniques: expressively coloured and stylistically reduced vocabulary, military terminology, neologisms, stylistic devices, metaphorical expressions, slang, etc.

The article examines the representation of women in contemporary Ukrainian newspaper discourse in the context of the wartime period. It focuses on analyzing changes in the visualisation and modelling of women's identity images in newspaper publications, considering their role as participants in the war and their significant contribution to supporting the war effort at various levels of society. The study draws on the theoretical foundations of gender studies and analysis of newspaper discourse, comprehending traditional and newer approaches to the coverage of women's modified images in the press. A comprehensive analysis of the media indicates a tendency to change the hierarchy of gender stereotypes about women and to level them out because we see a shift in emphasis towards actualising women's business, political, social, and military activity. In the age of information technology and mass communications, newspaper discourse plays a crucial role in shaping public perceptions.

Keywords: newspaper discourse, image of a woman, wartime, Ukraine, gender studies.

Актуальність дослідження. Газетний дискурс репрезентує комплексну лінгвістичну категорію, що охоплює використання мовних ресурсів і комунікативних стратегій у публікаціях, має специфічну семіотичну структуру та дискурсивні практики, які відображають соціокультурні, політичні й ідеологічні контексти. У газетному дискурсі воєнного періоду в Україні жваво переосмислюють традиційні гендерні ролі. Жінок частіше зображують як активних учасниць воєнних дій, волонтерок, лідерок громадської думки та вагомих «фігур» у суспільному житті країни. Війна в Україні призвела до значних змін у суспільному устрої, впливаючи на різні аспекти життя, зокрема й гендерні ролі та відображення їх у медіа.

Об'єкт дослідження – гендерно марковані фрагменти газетних текстів, що репрезентують сучасні уявлення про образ жінки. **Предмет дослідження** – мовні механізми конструювання стереотипних / нестереотипних жіночих образів, а також лексико-семантичні та стилістично-аксіологічні засоби їхньої вербалізації.

Виклад основного матеріалу. Ф. Бацевич виокремлює такі типи дискурсів: телевізійний і радіодискурс, газетний дискурс, театральний дискурс, кіно дискурс, літературний дискурс, PR-дискурс, рекламний дискурс, політичний дискурс, релігійний дискурс (Бацевич, 2004: 147). Осмислюючи наведену типологію, розуміємо, що один і той самий текст може функціонувати в різних типах дискурсу. Саме комунікативний аспект дає нам змогу інтерпретувати дискурс як процес комунікації, а текст – як його результат. Відповідно від каналу транслявання інформації, Ю. Карпенко розподіляє масово-інформаційний дискурс 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). Варто зауважити, що газетний дискурс має певні конвенції щодо стилю, структури та мовного вибору, які формуються в межах жанрової та стилістичної специфіки газетної комунікації.

Дискурсивні конвенції розуміємо як сукупність правил, стандартів і звичаїв, що визначають спосіб організації та використання мови в певному дискурсі, наприклад, у газетному, академічному письмі або політичному виступі. Конвенції містять стилістичні, жанрові, структурні та риторичні елементи, які роблять дискурс упізнаваним і зрозумілим для його цільової аудиторії. Конкретні дискурси мають свої особливості у структуруванні й поданні інформації. Кожен дискурс має стилістичні характеристики, такі як *вибір лексики, рівень формальності, використання метафор та інших риторичних фігур*. Тому емоційно забарвлена лексика в публіцистичному стилі в період війни – це частина дискурсивних конвенцій. Відтак газетний дискурс виконує вагомий роль у формуванні та відтворенні ідеологічних позицій у соціумі. Вибір тем, поглядів, з яких подано події і факти, та мовні засоби, що використовують автори для опису, можуть сприяти певним світоглядним орієнтирам. Дискурсивні конвенції враховують контекст, у якому відбувається комунікація, що включає культурні, історичні, соціальні та політичні чинники, які впливають на мовний вибір і спосіб подання інформації. Тому війна, беззаперечно, вплинула на кодування основних повідомлень від комуніканта до реципієнта, адже комунікативістика (дослідження комунікаційних процесів у суспільстві) воєнного періоду відрізняється від мирного часу.

Воєнний час вимагає адаптації змісту комунікації до релевантної ситуації. Комуніканти спрямовують інформаційні повідомлення на підтримку єдності, патріотизму, інструктують цивільне населення щодо поведінки в умовах війни. Зокрема, К. Серажим уважає, що **оцінність** – ефективний засіб установити зв'язок між адресантом і адресатом, адже це допомагає авторів передавати зрозумілі для читача повідомлення (Серажим, 2002: 55). Дослідження дискурсивних конвенцій – вагомий частини мовознавства та соціолінгвістики, і багато вчених працювали в цій царині. Наприклад, Т. ван Дейк, відомий своїми роботами з критичного дискурс-аналізу, описує дискурс як спосіб, через який соціальна влада впливає на громадську свідомість, і наголошує, що дискурс – це соціальна подія, яка відбувається в конкретному контексті, реалізується через мову й не лише відображає соціальні структури, але й також впливає на них, змінюючи знання, думки, установки, мовні норми та ідеології учасників (ван Дейк, 2008). Тому цілком зрозуміло, що й у газетному дискурсі відображено соціолінгвістичну динаміку суспільства, зокрема в контексті мовної репрезентації соціальних, етнічних, гендерних, вікових та інших груп. Критичний дискурс-аналіз глибоко й усебічно розглядає соціальну проблематику, осмислює домінування, які мають дискурсивну природу, бере участь у продукуванні та формуванні ідеології (ван Дейк, 2008).

Сучасний газетний дискурс воєнного періоду може активно впливати на формування стереотипного / нестереотипного образу жінки. Саме газетні тексти ілюструють соціальні, політичні й гендерні характеристики воєнних реалій. Тому підтверджуємо думку критичного дискурс-аналізу й розуміємо, що газетні фрагменти не можна аналізувати ізольовано, адже докладно розтлумачити висловлювання автора можна лише у взаємозв'язку із соціальним контекстом тієї кризи, у якій ми перебуваємо. Мова сучасних журналістів не просто пасивно експлікує соціальну реальність, вона є активним посередником у її конструюванні й інтерпретації. Медіа відіграють важливу роль у суспільстві, оскільки слугують провідниками соціальних концепцій, цінностей і норм, критичних для зміни гендерних звичаїв і розвитку нових форм гендерної ідентичності. Тому репрезентація жінок у газетному дискурсі має бути професійною та етичною, а також відповідати стандартам справедливості й чесності, що допоможе зменшити некоректне сприйняття жіночих образів змодельованих у ЗМІ. Незаангажоване відображення військовослужбовиць у газетних текстах сприятиме зростанню суспільного визнання їхньої ролі в армії, внеску в захист кордонів України та зміцненню національної безпеки, а також допомагатиме подолати ідеологічні та світоглядні перешкоди щодо гендерних упереджень.

Тему війни та жінок щодня відображено в різноманітних матеріалах газет, таких як статті, замітки та новинні випуски, і вербалізовано у фемінітивах: *Зараз участь в бойових діях беруть понад 16 тис. українок. Серед них є кулеметниці, снайперки, танкістки та представниці інших військових професій* (Ратуша. – 06.07.2022); *Танкістки та артилеристки: у Міноборони розповіли, скільки жінок служать у ЗСУ* (Українська правда. – 24.07.2022); *Юна черкашанка пройшла за конкурсом до восьми вищів і вирішила стати... танкісткою!* (Козацький край. – 24.08.2019); *Воячка з історією* (День. – 18.12.2020); *Воячка тримає гвинтівку і дивиться прямо у вічі, її погляд спокійний і рішучий, очі темні і добрі* (Свобода. – 31.01.2021); *Солдатки. Звучить гордо!* (Волинь. – 13.04.2017); *Рівненська солдатка звинувачує лікарку в недогляді* (Рівне Вечірне. – 02.11.2022); *Українські десантниці поділилися своїми історіями, як жінкам доводиться служити в армії та воювати* (Gazeta.ua. – 11.09.2018); *Сержантка волинської бригади територіальної оборони Юлія Штур* (Волинь. – 13.11.2022); *Під Херсоном поранена бійчиня Андріана Сусак з Косівщини* (Галичина. – 05.12.2022); *На Донбасі загинула молода військовослужбовиця* (Високий замок. – 10.11.2021); *Парамедикія Національної гвардії України Катерина Поліщук із позивним «Пташка» виступить на шоу Голос країни* (Свобода. – 20.11.2022); *Але відчуття, що ти героїня, варте всіх грошей!* (Високий замок. – 08.05.2021); *Захисниця Азовсталі, звільнена з російського полону, порадує українців своїм виступом на вокальному шоу Голос країни* (Свобода. – 20.11.2022); *Є серед них жінки-солдатки, жінки-лікарки, жінки-добровольці, жінки-волонтерки. Різного віку, з різних куточків нашої країни. Але у життя кожної з них тепер вписані сторінки, пов'язані з війною* (Перша електронна газета. – 10.04.2016). Ці приклади експлікують вагомий соціальний вплив жінок і весь драматизм війни. Використання гендерно маркованих слів додає особливої поляризації та виразності в мовному представленні нових жіночих образів, особливо в порівнянні з чоловіками-ухилянцями й боягузами: *На Львівщині судитимуть трьох «ухилянців» від служби в ЗСУ* (Галицьке слово. – 02.06.2022); *Отримали повістки, а служити не пішли: на Рівненщині судитимуть ухилянців* (Рівне Вечірне. – 26.08.2022); *Про солдата-боягуза!* (Україна молода. –

25.05.2022); *“Рота” ухилинтів Полтавщини* (Кременчуцька газета. – 21.12.2023); *СБУ ліквідувала ще три схеми для ухилинтів* (Юридична газета. – 25.12.2023).

Газетний дискурс впливає на сприйняття та інтерпретацію суспільно важливих понять: *Застаріла догма, що жінка має завжди бути на другорядних ролях у суспільстві, нині не відповідає реаліям. Якщо є мотивація, сили і здоров’я, то жінка може багато досягти в будь-якій галузі, зокрема військовій. У репрезентативному загальнонаціональному опитуванні, яке проведено цього року 3–4 березня, 59% українських жінок заявили, що готові особисто взяти участь у збройному опорі, щоб покласти край російській окупації України* (Урядовий кур’єр. – 14.10.2022). Цей уривок репрезентує рефлексію змін у суспільних стереотипах та уявленнях. Вислів *«Застаріла догма, що жінка має завжди бути на другорядних ролях у суспільстві»* вказує на відхід від традиційних гендерних ролей. Автор статті свідомо підкреслює, що традиційні уявлення більше не відповідають реальності, підкріплюючи це аргументом про здатність жінок досягати успіху в різних царинах, зокрема й військовій. Згадка про *«мотивацію, сили і здоров’я»* як головні чинники успіху, незалежно від статі, наголошує на ідеї гендерної рівності. Автор використовує ці критерії, щоб аргументувати, що жінки такі ж компетентні, вольові й сміливі, як і чоловіки, пропагуючи ідею гендерного паритету. Наведення результатів опитування (59% українських жінок готові взяти участь у збройному опорі) слугує вагомим аргументом, який демонструє зміну громадської думки до готовності жінок активно брати участь у вирішенні суспільно-безпекових проблем, включно з повномасштабним уторгненням.

Повторно використовуючи певні вирази, образи та метафори, газети сприяють закріпленню конкретних асоціацій і значень у суспільній свідомості й активно впливають на формування суспільної думки, особливо у випадках суспільно значущих подій. Редакційні статті, коментарі експертів та листи читачів створюють поліфонічний дискурс, що сприяє різнобічному аналізу та обговоренню подій: *За цифрами Україна має один з найбільших показників кількості жінок у збройних силах серед країн – членів НАТО, – про це повідомила заступниця міністра оборони Ганна Маляр* (Урядовий кур’єр. – 14.10.2022). Заява заступниці міністра оборони Ганни Маляр зумовлює довіру до джерела, а порівняння з країнами НАТО вказує на міжнародний контекст і може слугувати показником інтеграції України до західних стандартів у військовій галузі. *Ми вже подолали стереотип, що жінка не може воювати. Тепер потрібно подолати стереотип «жінка не може командувати»* (День. – 20.12.2023), – така теза впливає на суспільні уявлення про роль жінок у військовому секторі, сприяючи розвитку більш прогресивних поглядів на гендерні ролі.

Однак семантична сфера, яку найчастіше використовують журналісти, щоб репрезентувати образ жінки, – це «зовнішність», що віддзеркалює стереотипне суспільно-культурне сприйняття. Основні атрибути зовнішності, такі як краса, чарівність та привабливість, є основною характеристикою жінки, яка визначає її успіх не лише в особистому, але й у професійному житті. Зображуючи цю семантичну сферу, автори наголошують на естетичній оцінці жіночої статі навіть у період війни: *Та все це варто було терпіти заради магічної сили жіночих рук. І скажу більше, не тільки рук, але й губів, грудей, живота і попи* (День. – 20.12.2023), *Як розповів речник Черкаської бригади ТрО Максим Дубінський, ідея організувати конкурс виникла під час спілкування з колегами-військовими. Його ідея – показати, що у війську нині багато молоді, гарних і просто чарівних жінок* (Урядовий кур’єр. – 14.10.2022); *“Сексуальні військові дівчата” черкаського художника підірвали мережу. Художник із Черкас Андрій Мороз створив серію постерів сексуальних захисниць, які служать в українській армії. Малюнки за кілька днів стали мейнстрімом у соцмережах* (Козацький край. – 24.06.2015). Такі фрагменти газетних текстів актуалізують питання про сприйняття жінок у військовій царині, особливо в контексті сексуалізації та стереотипних уявлень.

Автори газетних видань часто зосереджують увагу на трагічних аспектах війни, таких як цивільні втрати, руйнування домівок, гуманітарні катастрофи, а найгірше – це теми фізичного й психологічного насилля. Жінки, які найбільше страждають від цих обставин, часто стають «обличчям» таких репортажів: *Є багато повідомлень про звалтування окупантами українських жінок* (Радіо Свобода. – 01.04.2022); *Перша справа щодо звалтування українки під час війни російським військовим була направлена до суду* (Офісом генерального прокурора (Україна молода. – 30.05.2022); *Історії про звалтування жінок, дівчат та навіть дітей стали відомими після деокупації територій, на якій перебували загарбники* (Українська правда. – 28.04.2022); *До консультантів звернулася мешканка Херсона, який на той час уже був окупований. Вона анонімно повідомила, що зазнала психологічного й фізичного насилля з боку російських окупантів. Згодом жінка зізналася, що вона та її неповнолітня донька постраждали від групового звалтування з боку російських окупантів. Для самої жінки це травматична подія, та зважаючи на те, що вона як мама бачила звірства окупантів стосовно своєї дитини, ситуація перетворилася на трагедію* (День. – 29.04.2022). Формування образу жінки як жертви в газетному дискурсі періоду війни – це складний процес, що включає вибір реальних подій для висвітлення, акцент на звірствах окупантів, мовні засоби репрезентації емоційного стану українців, візуальні зображення, особисті історії, а також фокусування на гуманітарних аспектах.

Історично образ жінки-матері в часи війни був пов’язаний із роллю опікунки, яка береже домашній вогонь, піклуючись про дітей і сім’ю під час відсутності або загибелі чоловіка. Відображення жінки-матері як емоційного осердя сім’ї та символу стабільності в умовах воєнних реалій має глибокі історичні корені. У газетному дискурсі такий образ журналісти репрезентують як каталізатор соціальних змін, адже сучасна жінка-мати не лише емоційно підтримує свою родину, але й активно впливає на громадську думку й політичні процеси, проголошує ідеї миру та соціальної справедливості. Вагомою характеристикою цього образу є її психологічна резистентність і здатність адаптуватися до екстремальних умов: *Робота + материнство + волонтерство: виклики для жінки під час війни* (Юридична газета. – 08.01.2024). У заголовку застосовано конструкцію переліку (робота + материнство + волонтерство), що ефективно репрезентує декілька різних сфер діяльності / ролей сучасної жінки. Знак «плюс» (+) у цьому контексті діє як засіб поєднання цих різних елементів, наголошуючи на їхньому одночасному виконанні й співіснуванні. Перше, на чому акцентує свою увагу пересічний читач, це – креативний заголовок, який орієнтує в потоці газетної інформації та в загальних рисах описує наявну в соціумі гендерну ситуацію. У реаліях війни материнський образ часто вибирає елементи психологічної міцності, відваги, витривалості та здатності самостійно справлятися з травмами: *...мати загиблого героя, нещодавно пішла до лав ЗСУ, щоб вирити Перемогу, про яку так мріяв її син...* (Волинські новини. – 27.01.2024). *Я слухала розповідь матері Наталії Сергіївни про свою кровинку, свою дитину, котрої враз не стало. І думала: а де взяти слова, аби хоч на тришки вгамувати материнський біль, розпач*

і відчай? (Вісті Ковельщини. – 14.09.2023) – цей фрагмент із газети пронизаний емоційною насиченістю, що експліковано через зображення глибокого болю матері внаслідок втрати дитини. Використання виразу «своя кровинка» не лише підсилює близькість і любов матері до дитини, але й відображає непорушений біологічний та емоційний зв'язок. Водночас риторичне питання про пошук слів для втіхи акцентує увагу читачів на безсиллі перед глибоким особистісним трагізмом. Автор використовує риторичне запитання та емоційно насичену лексику, щоб створити відчуття співпереживання, що не лише уможливило глибше зануритися в контекст трагедії, але й викликає відповідні емоційні реакції – співчуття та бажання знайти відповідь. Звернення до універсальної теми материнської втрати та пошуку слів втіхи репрезентує культурні уявлення про вагомість вербального й емоційного супроводу в час війни, що підкреслює роль мови як ефективного засобу емоційної підтримки та її унікальність у процесі суспільного взаємодії та консолідації нації.

У газетному дискурсі жінок часто репрезентують як **активісток**, які борються за мир, права людини та гуманітарну допомогу під час війни. Цей образ підкреслює вагомість формування громадянського суспільства та роль жінок у вирішенні конфліктів. Також зображення **жінок-фахівчинь**, як-от: **медичних працівниць, журналісток, волонтерок**, які працюють у військових зонах – це демонстрація професійного внеску в спільні зусилля до перемоги: *53-річна Оксана із Луцька служить на посаді бойового медика стрілецького взводу 100-ї бригади тероборони Волині. У військово жінка пішла доброволицею слідом за синами, які нині теж служать* (Вісті Ковельщини. – 14.09.2023); *Державної відзнаки «Золоте серце» за вагомий особистий внесок у надання волонтерської допомоги та розвитку волонтерського руху удостоїлася директорка доброчинної організації «Благодійний фонд «Логістичний центр допомоги бійцям АТО/ООС» із Тернополя Христина ФЕЦЦА* (Урядовий кур'єр. – 19.01.2023); *Війна очима жінки-волонтера* (Проскурів. – 08.12.2016). Соціальна значущість волонтерської діяльності вимагає врахування внеску **жінок-волонтерів, медиків** у загальну динаміку вирішення воєнного конфлікту, зокрема їхньої ролі в забезпеченні гуманітарної підтримки, медичної допомоги та морально-психологічної підтримки військовослужбовців і цивільного населення.

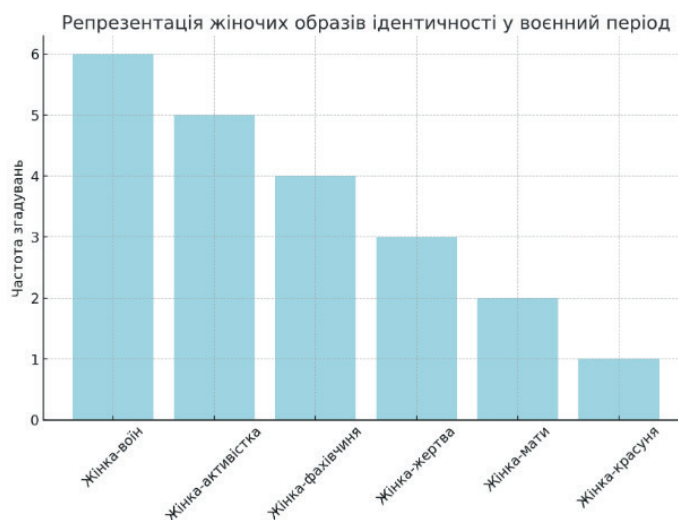


Рис. 1. Репрезентація жіночих образів у газетному дискурсі воєнного періоду

У рис. 1, створеному на основі аналізу газетних текстів упродовж воєнного періоду (2014–2023 рр.), простежуємо, що найвища частота згадувань – це образ **жінки-воїни**, що символізує силу, відвагу й активну участь у воєнних діях, відокремлення від традиційних ролей. Домінування цього образу корелює з концептуальним переосмисленням гендерних ролей у воєнний час, що відображає розширення традиційних меж жіночої соціальної значущості, демонструючи інтеграцію жінок у галузі, традиційно усвідомлені як маскуліні, як наприклад, військові дії. Найнижча частота згадувань образу **жінки-красуня** репрезентує зменшення акценту на естетичних атрибутах зовнішності під час повномасштабного вторгнення, що свідчить про зсув фокусу з персональної ідентичності на більш функційні аспекти соціальних ролей. Однак навіть через призму війни, кризи, соціальних трансформацій усі ці ролі переплітаються та формують **поліфункційні** ролі (жінки у воєнний час часто поєднують кілька ролей, таких як **воїни, матері, фахівчині одночасно**).

Використання стилістичних засобів у газетній репрезентації образів жіночої ідентичності в період війни – це мульти-модальний та багатогранний процес, що відображає складність і глибинність жіночого досвіду в таких умовах. Метафори, алегорії, гіперболи, епітети та риторичні питання, якими послуговуються журналісти у своїх статтях чи замітках, не лише забезпечують різнобарвний арсенал засобів, щоб передати комплексні емоційні та соціальні стани, але й виконують важливу роль у формуванні загального розуміння трагедії війни та її впливу на жінок. Такі стилістичні засоби дають змогу журналістам не просто передавати факти, але й розкривати глибші шари людського досвіду, викликаючи у читачів емоційний відгук та спонукаючи до рефлексії. Таким чином, газетні тексти не лише інформують громадськість про події, а й сприяють розумінню реалій соціального та культурного контексту, у якому ці події відбуваються.

Висновки. Усебічний аналіз образів жінки в сучасному газетному дискурсі України в контексті воєнного періоду демонструє комплексну трансформацію гендерних репрезентацій. Спостерігаємо істотну еволюцію від традиційних гендерних стереотипів до більш гетерогенних та мультифасетних образів (поліфункційне зображення жінок, що експлікує різноманітні ролі, ідентичності та досвіди, особливо в контексті війни). Вагомим елементом є редефініція (переосмислення) гендерних ролей, де жінки представлені не тільки як жертви воєнного буття і сексуального насилля, але й активні агентки

змін – це і воячки, і командирки, і волонтерки, і політичні діячки, і фахівчині, які роблять вагомий внесок у воєнні та мирні процеси країни. Таке зображення сприяє деконструкції патріархальних уявлень та підтримці ідеї гендерної рівності. Образ жінки в газетному дискурсі воєнного періоду також характеризується візуалізацією жіночої резиліентності й адаптивності. Це пояснено через зображення мужності, витривалості й незламності духу, що слугують не лише засобом підтримки та натхнення, але й інструментом мобілізації громадської думки. Експлікація жіночої ідентичності через призму воєнних виликів висвітлює не тільки відвагу та активність, але й комплексні емоційні, психологічні, лінгвальні та соціальні впливи війни. Ці аспекти репрезентації демонструють глибинність жіночого досвіду та відображають різноманітність стратегій виживання та опору. У контексті газетного дискурсу в період війни, експресивна лексика – вагомий інструмент медійної риторики, спрямований на формування певних емоційних реакцій у читацької аудиторії, адже автор повідомлення має на меті не лише передати інформацію, а й створити особливу атмосферу, щоб наголосити на певних подіях, викликати емпатію, співпереживання, мобілізувати громадськість і закликати до діяльності.

Література:

1. Батєвич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Академія, 2004. 342 с.
2. Безугла Л. Р. Лінгвістична прагматика і дискурсивний аналіз. *Studia Philologica. Філологічні студії*. 2012. Вип. 1. С. 95–101.
3. Іванов В. Ф. Техніка оформлення газети. Київ, 2000. 164 с.
4. Карпенко Ю. Газетний дискурс як тип масово-інформаційного дискурсу. *Studia linguistica*. 2020. URL : <http://studia-linguistica.knu.ua/gazetnij-diskurs-jak-tip-masovo-informacijnogo-diskursu>.
5. Маслова Ю. П. Елоквенція концептів чоловік і жінка в газетних заголовках українськомовних видань сучасного десятиліття. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2022. Вип. 16 (84). С. 33–38.
6. Маслова Ю. Риторика сучасного газетного українськомовного дискурсу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологія»*. 2022. Вип. 14 (82). С. 31–37.
7. Маслова Ю. П. Проблема трактування дискурсу в сучасній лінгвістиці. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологічна»*. 2012. Вип. 31. С. 67–70.
8. Павлик Н. Лінгвостильові параметри українськомовного газетного дискурсу. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету*. 2016. Вип. X. С. 96–101.
9. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалах сучасної газетної публіцистики) : монографія / за ред. В. Різуна. Київ, 2002. 392 с.
10. Van Dijk T. A. *Discourse and Context: A Sociocognitive Approach*. Cambridge : Cambridge University Press, 2008.

References:

1. Batssevych, F. (2004). *Osnovy komunikativnoyi linhvistyky* [Fundamentals of communicative linguistics]. Kyiv: Akademiya [in Ukrainian].
2. Bezuhla, L. (2012). *Linhvistychna prahmatyka i dyskursyvnyy analiz* [Linguistic pragmatics and discursive analysis]. *Studia Philologica. Filolohichni studiyi* [Studia Philologica. Philological studies], 1, 95–101 [in Ukrainian].
3. Ivanov, V. F. (2000). *Tekhnika oformlennya hazety* [Newspaper design technique]. Kyiv [in Ukrainian].
4. 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].
5. Maslova, Yu. (2022). *Rytoryka suchasnoho hazetnoho ukrainskomovnoho dyskursu* [Rhetoric of modern Ukrainian-language newspaper discourse]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia». Seriya «Filolohiia»* [Scientific notes of the National University «Ostroh Academy»: series «Philology»], 14 (82), 31–37 [in Ukrainian].
6. Maslova, Yu. P. (2012). *Problema traktuvannya dyskursu v suchasniy linhvistytsi* [The problem of discourse interpretation in modern linguistics]. *Naukovi zapysky Natsional'noho universytetu «Ostroz'ka akademiya»: seriya «Filolohichna»* [Scientific notes of the National University «Ostroh Academy»: series «Philology»], 31, 67–70 [in Ukrainian].
7. Maslova, Yu. P. (2022). *Elokventsiia kontseptiv cholovik i zhinka v hazetnykh zaholovkakh ukrainskomovnykh vydan suchasnoho desiatylittia* [The eloquence of the concepts *man* and *woman* in the newspaper headlines of Ukrainian-language publications of modern decade]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia»: seriya «Filolohiia»* [Scientific notes of the National University «Ostroh Academy»: series «Philology»]. Ostroh: Vyd-vo NaUOA, 16 (84), 33–38 [in Ukrainian].
8. Pavlyk, N. (2016). *Linhvostyl'ovi parametry ukrayinomovnoho hazetnoho dyskursu* [Linguistic and stylistic parameters of Ukrainian-language newspaper discourse]. *Naukovi zapysky Berdyans'koho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu* [Scientific notes of Berdyansk State Pedagogical University], X, 96–101 [in Ukrainian].
9. 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)]. Kyiv [in Ukrainian].
10. Van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and Context: A Sociocognitive Approach*. Cambridge: Cambridge University Press [in English].