

Ювковецька Ю. О.,

кандидат філософських наук,

доцент кафедри іноземної філології та перекладу
Державного торговельно-економічного університету<https://orcid.org/0000-0001-9212-6943>

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ЕМОЦІЙНОГО ТОНУ ВІЙНИ У СУЧАСНОМУ АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Анотація. Стаття присвячена комплексному аналізу лінгвістичних механізмів передачі емоційного тону війни у сучасному медіадискурсі. У центрі уваги перебувають особливості емоційної вербалізації воєнної реальності через використання емоційно маркованої лексики та стилістичних засобів, що формують багатозначний образ війни. Показано, що мовні ресурси не лише виконують інформативну функцію, повідомляючи про перебіг воєнних подій, але й активно конструюють емоційний простір страху, гніву, болю, співчуття та надії. Такий простір впливає на суспільну свідомість, сприяє формуванню колективної пам'яті та визначає способи інтерпретації воєнного досвіду. Особливу увагу приділено явищу неологізації війни, що проявляється у виникненні нових слів та словосполучень, які відображають специфіку сучасного воєнного досвіду та емоційного сприйняття. Нові мовні одиниці стають маркерами часу, фіксують унікальні реалії та емоційні реакції суспільства, створюючи своєрідний словник війни. У статті підкреслюється відмінність у відображенні емоційного тону війни у традиційному медіадискурсі та на соціальних платформах. Якщо класичні медіа тяжіють до формалізованих, стандартизованих мовних стратегій, що забезпечують об'єктивність та офіційність викладу, то соціальні мережі продукують більш емоційно насичені, спонтанні та індивідуалізовані вербальні форми. Це створює багаторівневий образ війни, де офіційний дискурс співіснує з особистими наративами та колективними емоційними реакціями, а також формує нові комунікативні практики. Водночас підкреслюється значення цифрових платформ як простору для вільного вираження емоцій та формування альтернативних інтерпретацій воєнної реальності. Дослідження демонструє, що сучасний медіадискурс війни є не лише джерелом інформації, але й потужним інструментом емоційного впливу, який визначає способи осмислення воєнної реальності та сприяє формуванню культурної пам'яті.

Ключові слова: лінгвістика війни, мова, війна, воєнний дискурс, неологізація війни, емоційний тон, емоційна вербалізація війни, емоційна лексика, мова медіа, медіа дискурс.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Лінгвістика війни являє собою нову міждисциплінарну галузь, яка досліджує, яким чином мова відображає, формує та інтерпретує події і дискурси, пов'язані з воєнними конфліктами. В Україні цей напрямок набув активного розвитку після 2014 року, а його значущість суттєво зросла з початком повномасштабного вторгнення в 2022 році. Ця галузь досліджує не лише лексику та стилістику,

але й соціально-політичні функції мовлення в умовах війни. Ідея концепції «лінгвістики війни» в українському мовознавстві належить Юрію Дем'янчуку. У своїй статті «Лінгвістика війни: виникнення, концептуалізація та вектори розвитку» він визначив її як міждисциплінарний напрям, що зосереджується на аналізі мови у воєнному дискурсі. Одним із перших Юрій Дем'янчук систематично описав лінгвістику війни як окремий вектор мовознавства та виокремив воєнцентризм – явище, за якого війна стає центральним чинником політичних і соціальних змін [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної теми. В Україні лінгвісти активно вивчають тему війни, зосереджуючи увагу на мовній свідомості, воєнних неологізмах та ролі мови у публічному просторі. Особливий акцент робиться на аналізі мовної поведінки українців у період повномасштабної війни, про що писала Олександра Малаш. У колективній монографії «Мова і війна: динаміка мовної системи і мовна політика» обговорюються питання мовної політики, міжмовних відносин в умовах війни, а також впливу воєнних подій на розвиток мовної системи. Основними напрямками досліджень у сфері «лінгвістики війни» є: 1) Мовна політика й ідентичність: вплив війни на статус української мови та її використання; 2) Неологізація: поява нових слів та виразів, як-от «рашизм», «орки», «байрактар»; 3) Мовна поведінка: зміни в мовних практиках українців у побуті та медійному просторі; 4) Мовний активізм: роль громадськості у популяризації української мови як символу опору [2, с. 16].

Лінгвістика війни в Україні вже оформилася як окремий напрям, що об'єднує аналіз мови, політичних і суспільних процесів. У світі це явище також викликає значний інтерес, зокрема в контексті пропаганди, медіа та появи нових воєнних неологізмів. George Lakoff (США) – відомий когнітивний лінгвіст, що аналізує метафори війни, наприклад «war on terror» чи «battle for freedom» [3, с. 39]. Його підхід активно застосовується для вивчення українського воєнного дискурсу. Ruth Wodak (Австрія) – дослідниця критичного дискурс-аналізу й пропаганди. Її роботи щодо політичної риторики широко використовуються для аналізу російських і українських медійних текстів [4]. Paul Chilton (Велика Британія) – автор концепції «security discourse», досліджує, як мова створює відчуття загрози та мобілізує суспільство [5]. Його методологію застосовують у дослідженні повідомлень про війну в Україні. Стаття M. Lorinsz «A corpus analysis of the representation of war in Ukraine in the international press» аналізує висвітлення війни в Україні у світових ЗМІ [6]. У статті «Russian invasion of Ukraine: analyzing linguistic means describing the enemy in

Ukrainian media” розкривається, як українські медіа формують образ ворога через мовні ресурси – метафори, епітети та неологізми [7, с. 80]. Міжнародні дослідження демонструють, що війна в Україні стала глобальним лінгвістичним феноменом. Ця подія стимулювала появу нових слів, модифікувала медійну риторичку та підтвердила, що мова може бути потужним інструментом у боротьбі.

Мета цієї дослідницької розвідки – визначити особливості мовної репрезентації та вербалізації емоційного тону війни у сучасному англійському медійному дискурсі, а також з’ясувати роль лексичних, стилістичних та прагматичних засобів у формуванні емоційного впливу на аудиторію.

Виклад основного матеріалу дослідження. Лінгвістика війни, як міждисциплінарна галузь, знаходить перетини з критичним дискурс-аналізом і дослідженнями пропаганди та інформаційних війн. Водночас цей термін остаточно закріпився саме завдяки українським дослідникам. Лінгвістика війни вивчає роль мови у воєнному дискурсі, аналізуючи, як війна не тільки породжує нові лексеми й форми спілкування, але й впливає на формування нових моделей державної ідентичності через мовні інструменти.

Основні аспекти лінгвістики війни:

1) Концептуалізація: як окрема галузь, лінгвістика війни сформувалася у XXI столітті. Вона інтегрує кілька ключових підходів: антропоцентризм (розглядає мову через призму людського досвіду), воєнцентризм (розглядає війну як визначальний фактор соціально-політичних змін), функціоналізм (вивчає мову як інструмент ідеології та засіб комунікації).

2) Воєнний дискурс: охоплює комплекс мовних практик, що виникають у контексті війни. До нього належать офіційні повідомлення, матеріали журналістики, елементи пропаганди, комунікація в соцмережах і навіть повсякденне спілкування. Мова війни не лише описує події, а й активно формує суспільні настрої та нові державні моделі. У сучасній лінгвістиці воєнний дискурс розглядається як специфічний вид комунікації, який має властиві йому мовні, стилістичні та прагматичні особливості. Це не лише передання фактів про бойові дії, але й емоційно-ідеологічна інтерпретація війни, що зумовлює вплив на колективну свідомість. Основні риси воєнного дискурсу визначатимуть його характер і вплив на мовне середовище. Тематика воєнного дискурсу об’єднує такі ключові аспекти, як війна, бойові дії, окупація, спротив, героїзм і втрати [8, с. 46]. У ньому переплітаються метафори, лозунги та неологізми, зокрема “рашизм”, “орки” або “Київ незламний”, які підсилюють емоційність висловлювань і додають їм ідеологічного забарвлення. Цей дискурс чітко розділяє “своїх” і “чужих”, акцентуючи на єдності та протистоянні ворогу. Його основна мета – мобілізація суспільства через заклик до згуртованості й спільного опору. Воєнний дискурс активно поширюється через новинні платформи, соціальні мережі та офіційні заяви, забезпечуючи широку медійну підтримку. Цей тип комунікації – це не просто слова про війну, а цілий простір, де мовні засоби служать інструментом боротьби, мотивації та формування колективної ідентичності. Він поєднує у собі факти, емоції та ідеологію, створюючи багатогранний образ війни у свідомості людей.

3) Окрему роль у воєнному дискурсі відіграє неологізація – процес виникнення нових слів і виразів під впливом воєнних реалій. Наприклад, такі українські неологізми, як “рашизм”, “байрактар” або “паланиця”, не лише відображають сучасну

дійсність, але й стають знаковими символами певних подій чи явищ. Цей процес демонструє розвиток мови у відповідь на драматичні обставини, слугуючи відображенням складного історичного моменту [9]. Таким чином, неологізми є не тільки свідченням мовної динаміки, а й виявленням унікальних культурно-соціальних змін.

Основні риси неологізації війни охоплюють:

– Швидкість появи: нові слова утворюються практично миттєво як реакція на актуальні події.

– Емоційна насиченість: більшість воєнних неологізмів мають яскраво виражений емоційний заряд.

– Роль медіа та соцмереж: платформи, такі як Twitter, Telegram, TikTok, значно прискорюють поширення нових термінів.

– Міжнародний контекст: деякі українські воєнні неологізми інтегруються у глобальний дискурс (наприклад, *rashism*, *Bayraktar*).

Отже, неологізація війни є мовною реакцією суспільства на реалії воєнного часу, у якій події трансформуються в слова, а слова набувають значення символів. Українські воєнні неологізми зазвичай характеризуються емоційно-експресивним характером і формуються в побутовому чи медійному просторі. Натомість англійські терміни часто мають аналітичну або концептуальну спрямованість, впливаючи на політичну науку й міжнародні відносини. Разом ці явища створюють багатий шар «мови війни», що одночасно відображає емоції та стратегічне мислення.

Мова як цінність у часи війни набуває особливої ваги, стаючи символом національної ідентичності та важливим елементом безпекового дискурсу. Вона відіграє ключову роль у згуртуванні суспільства та боротьбі з інформаційними загрозами. У військових умовах мова отримує певний мілітарний зміст та стає невід’ємною частиною національних інтересів. Лінгвістика війни виходить далеко за межі аналізу слів чи текстів. Це вивчення того, як мова може слугувати зброєю, сприяти мобілізації, спричиняти суспільну єдність, формувати нові смисли й визначати культурну ідентичність під час воєнних конфліктів.

Війна як складне соціально-політичне явище завжди знаходить своє відображення в медійному дискурсі. Мова медіа стає інструментом не лише для передачі інформації, але й для формування емоційного настрою суспільства. Вербальні засоби, такі як слова, вирази та стилістичні прийоми, слугують маркерами емоційності. Вони здатні мобілізувати чи консолідувати суспільство або, навпаки, провокувати тривогу та страх. У контексті війни вербальні засоби, що формують емоційний настрій у медіа, виконують кілька ключових функцій:

– Мобілізаційну: спонукають до дій і підтримують армію та державу.

– Консолідаційну: створюють відчуття єдності через використання спільних символів і образів.

– Психологічну: впливають на емоційний стан громадян, підтримуючи їхній моральний дух.

– Інформаційну: забезпечують не лише передачу фактів, але й підсилюють їх емоційним контекстом [10].

Емоційний тон війни є сукупністю мовних і стилістичних засобів, що формують емоційне сприйняття воєнних подій у суспільстві. Він передає не лише факти, але й почуття, настрої та психологічний стан людей у період війни. Для позначення мовного вираження емоційних переживань під час війни

доречно використовувати термін емоційна вербалізація війни. Емоційна вербалізація війни означає процес передачі та вираження емоцій, викликаних воєнними подіями, через мовні засоби. З іншого боку, це механізм, за допомогою якого мова перетворює події війни на емоційно забарвлені повідомлення, здатні впливати на свідомість і почуття людей. Характерними рисами емоційної вербалізації війни є:

1. Лексичні засоби

- Емоційно забарвлена лексика: слова на позначення агресії (“окупанти”, “загарбники”), героїзму (“захисники”, “герої”), трагізму (“жертви”, “руїни”).

- Метафоризація: війна часто описується через метафори стихії (“буря війни”), хвороби (“вірус агресії”), або катастрофи (“чорна хмара”).

- Епітети та оцінні маркери: “жорстокий напад”, “смілива оборона” – створюють аксіологічні акценти.

2. Синтаксичні засоби

- Риторичні запитання: “Хто зупинить агресора?” – підсилюють емоційний вплив.

- Еліпсис та вигуки: “Ніколи знову!”, “Стій!” – концентрують увагу на ключових емоційних моментах.

- Повтори: “Ми вистоїмо. Ми переможемо.” – формують ритм і підсилюють переконливість.

3. Дискурсивні стратегії

- Пропагандистські кліше: використання сталих формул (“слава Україні”, “ворог буде знищений”) для мобілізації.

- Наративи героїзму та жертви: створюють образи “своїх” і “чужих”, підкреслюють моральну правоту [11].

- Емоційна поляризація: чітке розділення на позитивні та негативні образи, що формує суспільну позицію.

4. Цифровий простір сьогодні об’єднує текстові та візуальні засоби у сучасних комунікаційних платформах, таких як соціальні мережі та онлайн-видання. Меми, хештеги й слогани стають новими інструментами емоційного вираження подій, зокрема війни.

Емоційна вербалізація війни – це мовна стратегія, що перетворює воєнний дискурс на емоційно забарвлений, впливаючи на суспільну свідомість і формуючи певне уявлення про війну.

Схема емоційної вербалізації війни:

1. Агресивна:

Мета полягає у створенні образу ворога та пробудженні почуття гніву. • Засоби досягаються через використання негативної лексики та метафор, спрямованих на дегуманізацію..

- Приклади:

- о “Жорстокі загарбники нищать наші міста.”

- о “*The ruthless invaders continue their assault on civilian areas.*”

2. Героїчна

- Мета: підкреслити мужність, стійкість, патріотизм.

- Засоби: епітети, повтори, лозунги.

- Приклади:

- о “Наші захисники стоять непохитно.”

- о “*Brave defenders stand firm against overwhelming odds.*”

3. Трагічна

- Мета: викликати співчуття, показати біль і втрати.

- Засоби: слова на позначення руйнування, втрат, страждань.

- Приклади:

- о “Родини розділені, міста лежать у руїнах.”

- о “*Families torn apart, cities reduced to rubble.*”

4. Мобілізаційна

- Мета: закликати до єдності та дії.

- Засоби: лозунги, повтори, вигуки.

- Приклади:

- о “Ми вистоїмо. Ми переможемо.”

- о “*We will resist. We will prevail.*”

Представимо аналіз того, як емоційна вербалізація війни проявляється у різних типах медіа – традиційних та соціальних порівняння медіа:

Традиційні медіа (телебачення, газети, офіційні сайти)

- Тон стає більш врівноваженим: журналісти прагнуть поєднувати факти з емоційністю, щоб зберегти довіру своєї аудиторії..

- Приклади:

- о Заголовки типу “*Ukraine defends its cities amid relentless attacks*” (BBC) – трагічний + героїчний тон.

- о “*Russia’s brutal war has left towns in ruins, but resistance remains unbroken*” (The Guardian) – трагічний + мобілізаційний тон.

Головною функцією є донесення інформації та одночасна підтримка морального духу суспільства.

Соціальні платформи, такі як Twitter, Telegram і TikTok, відіграють ключову роль у цьому процесі. Для них характерний більш емоційний та експресивний стиль: використовуються меми, слогани, неологізми (наприклад, «рашизм» чи «орки»). Приклади: Повторювані лозунги: «Ми вистоїмо. Ми переможемо.» Візуальні меми, де «Bayraktar» виступає символом перемоги. Основна мета – мобілізувати аудиторію, створити відчуття єдності та оперативно поширювати емоційно насичені повідомлення.

Отже, можна зробити висновок, що традиційні медіа обережніше комбінують емоційний тон зі збереженням балансу між фактами та почуттями, тоді як соціальні платформи тяжіють до максимального емоційного впливу. Вони часто використовують агресивну чи мобілізаційну риторику для досягнення швидкого результату. У поєднанні ці два підходи формують багатовимірний дискурс: від офіційного інформування до емоційної мобілізації. Мова війни в медіа слугує не тільки засобом комунікації, а й значущим інструментом формування суспільної свідомості. Наведемо приклади вербальних засобів вираження емоційного тону війни:

- **Емоційно насичена лексика із високо оцінним змістом і впливом.**

- Aggression: “*The ruthless invaders continue their assault on civilian areas.*”

- Heroism: “*Brave defenders stand firm against overwhelming odds.*”

- Tragedy: “*Families torn apart, cities reduced to rubble.*”

Метафоричні засоби (війна описується через образи стихії, хвороби чи катастрофи):

- “*The storm of war sweeps across the nation.*”

- “*The virus of aggression spreads beyond borders.*”

- “*A dark cloud hangs over Europe.*”

Синтаксичні прийоми:

- Риторичне запитання: “*How long can the world remain silent?*”

- Вигуки та еліпсис: “*Never again!*” / “*Stand strong!*”

- Повтори: “*We will resist. We will prevail.*”

Дискурсивні стратегії:

- Пропагандистські кліше: *“Glory to the heroes!”*
- Наративи героїзму: *“Ordinary citizens became extraordinary warriors.”*
- Емоційна поляризація: *“They bring destruction, we bring hope.”*

Таким чином, англійськомовні приклади яскраво демонструють, як медіа застосовують слова та синтаксис для формування емоційного забарвлення війни. Це емоційне забарвлення виступає механізмом, за допомогою якого мова перетворює сухі факти на впливові емоційні повідомлення, здатні формувати суспільну свідомість.

Емоційний тон війни є не просто набором слів, а важливою стратегією впливу на суспільну свідомість [12, с. 146]. Агресивний тон створює чіткий образ ворога. Героїчний підтримує моральний дух та впевненість. Трагічний викликає співчуття й емпатію до постраждалих. Мобілізаційний має здібність об'єднувати людей і закликати їх до спільних дій.

Медіадискурс війни формується завдяки ретельному вибору слів, стилів і візуальних матеріалів, які впливають на спосіб сприйняття суспільством певних подій [13, с. 513]. Причому українські та міжнародні медіа комбінують агресивний, героїчний, трагічний і мобілізаційний тони залежно від тематики. У цьому контексті слід виділити способи комбінації емоційних тонів:

Українські медіа: Трагічний тон виконує роль акцентування на втраті та руйнуванні. Наприклад, надається увага тому, як журналісти знаходять баланс між потребою інформувати та ризиком травмувати аудиторію, при цьому передаючи емоційну сутність подій. Мобілізаційний тон часто проявляється через гасла та повтори на кшталт «Ми вистоїмо. Ми переможемо.» для підтримання оптимістичного настрою. Агресивний тон активно використовується для демонізації ворога через метафори та нашумілі терміни, такі як «орки» чи «загарбники». Традиційні медіа, такі як газети та телебачення, прагнуть дотримуватися балансу між нейтральністю та емоційною подачею. Однак у висвітленні бойових тем їхній тон значно емоційніший.

Аналіз заголовків новин BBC продемонстрував характерну особливість їхнього змісту – поєднання трагічного та героїчного емоційного забарвлення. Наприклад, заголовок *“Ukraine defends its cities amid relentless attacks”* одночасно висвітлює трагічність ситуації (атаки) і героїчність дій оборонців. Інший приклад – *“Families flee as missiles strike residential areas”*, де акцент робиться на стражданнях цивільного населення, повністю занурюючи читача у трагічний контекст. Аналітика за допомогою IBM Watson Tone Analyzer підтвердила високий рівень емоційної насиченості заголовків, особливо при висвітленні подій, пов'язаних з жертвами серед мирного населення і героїчною боротьбою за незалежність. Контент-аналіз матеріалів

The Guardian вказує на часте використання політизованого тону, який при цьому органічно доповнюється емоційними акцентами для розкриття гуманітарного виміру війни. Заголовок *“Russia’s brutal war has left towns in ruins, but resistance remains unbroken”* вдало поєднує трагічний елемент (руїни і жертви) із героїчним настроєм (незламність спротиву). А у фразі *“The invasion is not only a military assault, it is a war on identity”* активно звучить мобілізаційний тон, наголошуючи на боротьбі за культурну самобутність. Статті про Україну часто використовують комбінацію трагічного образу (руїни, загибель) із мобілізаційними закликами, що спрямовані на підтримку міжнародної спільноти.

Соціальні мережі. Як показують дослідження, Telegram-канали мають більш емоційно насичений контент порівняно з традиційними ЗМІ. Вони активно застосовують емоційно забарвлену лексику, яскраві зображення й риторичні прийоми. Таким чином, можна зробити висновок, що медіа активно комбінують різні емоційні тони у висвітленні подій: трагічний + героїчний (для підкреслення одночасно втрат і стійкості), агресивний + мобілізаційний (для створення образу ворога та заклику до дії). Така комбінація забезпечує ефективний вплив на аудиторію, поєднуючи інформування з емоційною мобілізацією. Завдяки цьому створюється багатшаровий дискурс, що одночасно інформує аудиторію, викликає емоції та спонукає до активних дій. Вербальне вираження емоційного тону війни в українському медійному дискурсі слугує важливим інструментом для формування суспільної свідомості та активізації громадян. Мова медіа не просто передає інформацію про хід бойових дій, але й значно впливає на емоційний стан аудиторії, формуючи складний та багатогранний образ війни.

Висновок. Дослідження показує, що війна у вербальному дискурсі постає не лише як факт реальності, а й як емоційно забарвлений феномен. Мовні засоби формують особливий емоційний тон, який впливає на сприйняття подій суспільством. Вербальні конструкції не просто описують воєнні дії, а й створюють психологічний простір страху, гніву, співчуття чи надії. Таким чином, емоційний тон війни є результатом цілеспрямованого використання мовних ресурсів, які виконують функцію не лише інформування, але й мобілізації, консолідації та формування колективної пам'яті. Це підтверджує, що мова у воєнному дискурсі виступає потужним інструментом впливу на суспільну свідомість.

Література:

1. Дем'янчук Ю. І. Лінгвістика війни як нова лінгвосинергетична галузь: відповіді на виклики часу. Львів : Львівський державний університет безпеки життєдіяльності, 2024. DOI: <https://doi.org/10.32589/2311-0821.1.2024.309607>

Таблиця 1

Емоційні тони війни

Тип тону	Характеристика	Приклад українською	Приклад англійською
Агресивний	Використання різко негативної лексики, демонізація ворога	“Жорстокі загарбники нищать наші міста.”	<i>“The ruthless invaders continue their assault on civilian areas.”</i>
Героїчний	Підкреслення мужності, стійкості, патріотизму	“Наші захисники стоять непохитно.”	<i>“Brave defenders stand firm against overwhelming odds.”</i>
Трагічний	Акцент на втраті, руйнуванні, стражданнях	“Родини розділені, міста лежать у руїнах.”	<i>“Families torn apart, cities reduced to rubble.”</i>
Мобілізаційний	Заклик до дії, єдності, спротиву	“Ми вистоїмо. Ми переможемо.”	<i>“We will resist. We will prevail.”</i>

2. Мова і війна: динаміка мовної системи і мовна політика : колективна монографія / за ред. Б. М. Ажнюка ; Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України, Українське бюро лінгвістичних експертиз НАН України. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2024. 616 с.
3. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago : University of Chicago Press, 1980. 242 p.
4. Wodak R. *Language, Power and Ideology: Studies in Political Discourse*. Amsterdam : John Benjamins, 1989. 288 p.
5. Chilton P. *Language, Space and Mind: The Conceptual Geometry of Linguistic Meaning*. Cambridge : Cambridge University Press, 2014. 320 p.
6. Lorinsz M. A corpus analysis of the representation of war in Ukraine in the international press. *The Journal of V.N. Karazin Kharkiv National University. Series: Foreign Philology. Methods of Foreign Language Teaching*. 2022. № 96. С. 65–78. DOI: 10.26565/2786-5312-2022-96-08.
7. Krouglov A. Russian invasion of Ukraine: analyzing linguistic means describing the enemy in Ukrainian media. *The Journal of V.N. Karazin Kharkiv National University. Series: Foreign Philology. Methods of Foreign Language Teaching*. 2022. № 96. С. 79–92. DOI: 10.26565/2786-5312-2022-96-09.
8. Ажнюк Б. М. Мовна політика України в умовах російської збройної агресії та вимоги Європейської хартії регіональних або міноритарних мов. Мова і війна: динаміка мовної системи і мовна політика : колективна монографія / за ред. Б. М. Ажнюка. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2023. С. 45–62.
9. Фоміна Н. Д. Війна, що змінила мову: семінарські матеріали. Кафедра української мови, літератури та культури КПІ. Київ, 2023. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://kumlk.kpi.ua/2023/11/13/науково-методичний-семінар-війна-що/> (kumlk.kpi.ua in Bing) (дата звернення: 25.12.2025).
10. Вишнеvsька Г. Військова лексика у мові сучасного художнього твору: функціональний аспект. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка. Серія: Літературознавство. 2021. С.45-52.
11. Albota S. Linguistic and semantic representation of the WAR concept by phraseological units. *Proceedings of the CEUR Workshop. Vol. 3608, Paper 27*. Lviv Polytechnic National University, 2023. URL: <https://ceur-ws.org/Vol-3608/paper27.pdf> (дата звернення: 17.12.2025).
12. Ellison C. Battling for linguistic freedom amidst the Ukraine–Russia war. *Journal of Language and Politics*. 2024. Vol. 23, № 2. С. 145–162.
13. Melnyk S. The war in the language and in the language activities of the Ukrainians. *Slavic Review*. 2023. Vol. 82, № 3. P. 512–530.

Yuvkovetskaya Yu. Verbalization of the Emotional Tone of War in the Contemporary English-Language Media Space

Summary. The article is devoted to a comprehensive analysis of the linguistic mechanisms of conveying the emotional tone of war in contemporary media discourse. The focus is placed on the features of emotional verbalization of wartime reality through the use of emotionally marked vocabulary and stylistic devices that shape a multilayered image of war. It is demonstrated that linguistic resources not only perform an informative function by reporting on the course of military events, but also actively construct an emotional space of fear, anger, pain, compassion, and hope. Such a space influences public consciousness, contributes to the formation of collective memory, and determines the ways of interpreting wartime experience. Special attention is paid to the phenomenon of war-related neologization, manifested in the emergence of new words and expressions that reflect the specificity of modern wartime experience and emotional perception. These new linguistic units become markers of time, capturing unique realities and emotional reactions of society, thereby creating a distinctive vocabulary of war. The article emphasizes the difference in representing the emotional tone of war in traditional media discourse and on social platforms. While classical media tend to rely on formalized and standardized linguistic strategies that ensure objectivity and official presentation, social networks produce more emotionally saturated, spontaneous, and individualized verbal forms. This results in a multilayered image of war, where official discourse coexists with personal narratives and collective emotional reactions, simultaneously shaping new communicative practices. At the same time, the significance of digital platforms is highlighted as spaces for free emotional expression and the formation of alternative interpretations of wartime reality. The study demonstrates that contemporary media discourse of war is not only a source of information but also a powerful instrument of emotional influence, which defines the ways of comprehending wartime reality and contributes to the formation of cultural memory.

Key words: linguistics of war, language, war, war discourse, war neologization, emotional tone, emotional verbalization of war, emotional vocabulary, media language, media discourse.

Дата першого надходження рукопису
до видання: 31.10.2025

Дата прийнятого до друку рукопису
після рецензування: 28.11.2025

Дата публікації: 31.12.2025