

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра стилістики та мовної комунікації

**Лінгвостилістичний ресурс засобів створення новинних текстів в
українсько- та франкомовних медіа**

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «бакалавр»
студентки 4 курсу бакалаврату,
галузь знань 03 Гуманітарні науки,
спеціальність – 035 Філологія / 035.01,
освітня програма «Українська мова і література
та західноєвропейська мова»
Олени Олексіївни ВОЛОВІК

Науковий керівник:
к. філол. н., доц. **Лариса ШУЛІНОВА**

«Допущено до захисту»

Протокол засідання

кафедри стилістики та мовної комунікації

протокол № ___ від « ___ » _____ 2024 року

завідувач кафедри _____

д.філол.н., проф. **Лариса ШЕВЧЕНКО**

Київ – 2024

АНОТАЦІЯ

Робота представляє дослідження мовних засобів та функцій, які вони реалізують, у новинних текстах про російсько-українську війну. Важливість обраної теми обумовлена фундаментальною важливістю ЗМІ у формуванні поглядів та думок у суспільстві, особливо під час збройного конфлікту, коли процеси інформування в медіа набувають виняткового значення. Дослідження базується на застосуванні синтезу методів теоретичного аналізу, контент-аналізу медіаландшафту, а також дистрибутивним аналізом лінгвостилістичного ресурсу шляхом порівняння, зіставлення та опису.

У бакалаврській роботі розглянуто теоретичні засади класифікації жанру новин та їхні основні характеристики, зокрема особливості новинних текстів під час висвітлення воєнних дій. Особливу увагу приділено лексичному рівню новинних текстів, мовним засобам, що роблять тексти новин цікавішими, різноманітнішими, висвітлюючи події експресивно-оцінно та виконуючи низку мовних функцій, що дозволяє досягати своєї основної мети – інформування реципієнтів та формуючи їхнє власного уявлення про події.

Проаналізовано лінгвостилістичні засоби, завдяки яким новинний текст стає більш виразним на лексико-семантичному рівні. Залежно від контексту та мети тексту спеціальні вербальні засоби передачі інформації можуть додати цікавості та різноманітності, виконати необхідну мовну функцію. Для кращого розуміння цього механізму, ми вирішили залучити франкомовні ЗМІ, або продемонструвати розмаїття мовних засобів у новинах на одну тематику, але різними мовами. Також проведено порівняльний аналіз висвітлення близьких за суттю подій у новинних стрічках українських та французьких найпопулярніших медіа на початку

повномасштабної війни та 2 роки потому, аби прослідкувати еволюцію текстів, написаних в різний час але схожих за тематичним спрямуванням.

Ключові слова: новинні тексти, новини про війну, лексичний рівень мови, лінгвостилістичні засоби, українські ЗМІ, франкомовні медіа, функції мовних засобів.

ABSTRACT

The work presents a study of language tools and the functions they realize in news texts about the Russian-Ukrainian war. The importance of the chosen topic is based on the fundamental role of the media in shaping views and opinions in society, especially during an armed conflict, when media information processes become exceptionally significant. The research is based on the application of a synthesis of methods of theoretical analysis, content analysis of the media landscape, as well as distributional analysis of the linguistic and stylistic resource through comparison, collation and description.

The theoretical foundations of the classification of the news genre and their main characteristics, in particular, the peculiarities of news texts in the coverage of military operations, are considered. Particular attention is paid to the lexical level of news texts, linguistic means that make news texts more interesting, diverse, covering events in an expressive and evaluative way and performing a number of linguistic functions, which allows achieving its main goal - informing the readers and forming their own perception of events.

The article analyzes the linguistic and stylistic means by which a news text becomes more expressive at the lexical and semantic level. Depending on the context and purpose of the text, special verbal means of conveying information can add interest and variety and fulfill the necessary linguistic function. For a

better understanding we decided to involve French-language media, or to demonstrate the diversity of linguistic means in news on the same topic, but in different languages. We also conducted a comparative analysis of the coverage of similar events at the beginning of the full-scale war and 2 years later to trace the evolution of texts written at different times but similar in their thematic focus.

Keywords: news texts, news about the war, lexical level of the language, linguistic and stylistic means, Ukrainian media, French-language media, functions of language means.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. МЕДІАЛІНГВІСТИЧНА СПЕЦИФІКА НОВИНИХ ТЕКСТІВ.....	10
1.1. Поняття «новинний текст» у системі медійного стилю	10
1.2. Новини про воєнні конфлікти: лінгвостилістичний аспект	14
1.3. Функціональний ресурс мовних засобів у текстах новин	19
Висновки до Розділу 1	27
РОЗДІЛ 2. ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВЕРБАЛЬНИХ ЗАСОБІВ У НОВИНИХ ТЕКСТАХ ОДНІЄЇ ТЕМАТИКИ УКРАЇНСЬКО- ТА ФРАНКОМОВНИХ МЕДІА.....	29
2.1. Особливості висвітлення перебігу російсько-української війни 2022- 2024 років у ЗМІ: медійний образ України у франкомовній пресі	29
2.2. Вербальні засоби репрезентації інформації про міжнародну підтримку України у війні 2022-2023 років.....	32
2.3. Лінгвостилістичний ресурс засобів створення новинних текстів про недопуск російських спортсменів до участі в Олімпійських іграх у Парижі в 2024 році	37
2.4. Еволюція функціонування вербальних засобів у тематично споріднених новинних текстах протягом дворічного періоду.	41
Висновки до Розділу 2	46
ВИСНОВКИ	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	52
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	56

ВСТУП

ЗМІ, орієнтовані на те, щоб безперервно інформувати, по-своєму документуючи різні періоди існування суспільства, чинять вирішальний вплив на спосіб мислення, спосіб світосприйняття, на мову і культуру загалом. Медійники, які створюють новинні тексти, відіграють ключову роль у висвітленні подій та фактів, що відбуваються у світі. Новинні тексти сприяють формуванню громадської думки та впливають на соціальний дискурс, забезпечуючи глибоке та об'єктивне розуміння подій у світі, завдяки своїм жанровим та лінгвостилістичним особливостям. Також новинні тексти відіграють вирішальну роль у повідомленні та поширенні інформації про державну політику та суспільні проблеми, сприяючи в такий спосіб виховання обізнаного й активного громадянина та встановленню міжкультурного діалогу. Сьогодні особливо важливими є питання, пов'язані з висвітленням повномасштабного вторгнення Росії на територію України в лютому 2022 року. Зараз український інформаційний простір перенасичений новинними потоками через велику концентрацію подій у суспільному житті. Зарубіжні медіа також долучаються до висвітлення актуальних українських новин, формуючи таким чином розуміння та ставлення мешканців інших країн до України та подій у ній. Цю місію виконують і франкомовні засоби масової комунікації, і тут неможливо не говорити про вагомий внесок цих медіа у формування світогляду носіїв однієї з найпоширеніших мов у світі щодо українського питання.

Обрана проблематика дослідження є **актуальною** насамперед через те, що новинні тексти відображають політичні, соціальні, культурні процеси життя людини та формують систему поглядів і переконань щодо тієї чи іншої події. Тому виникає потреба дослідити лінгвістичні засоби, що сприяють цьому формуванню та реалізують мовні функції.

Наукова новизна роботи полягає в спробі систематизувати теоретичний та практичний матеріал, що стосується вербальних засобів у новинних текстах різної тематики та жанрових різновидів. Останнє поняття не диференціюється науковцями одностайно, тому ми розглянули різні класифікації та обрали найприйнятнішу для нашого дослідження систему жанрових різновидів новин.

Методологічною основою кваліфікаційної роботи є праці українських, та французьких дослідників: Ротон Н. Р., Назаренко Г. І., Дащенко Н. Л., Дергач Д. В., Парахонський Б. О., Шийка С. В., Жугай В. Й., Крістін Конья, Франсіс Віей та інших.

Об'єкт дослідження новинні тексти українсько- та франкомовних медіа за однаковим тематичним спрямуванням: міжнародна підтримка України та недопуск російських спортсменів на Олімпіаду 2024 року.

Предметом дослідження є вербальні засоби реалізації функцій мови в нових, написаних українською та французькою мовами.

Мета бакалаврської роботи – з'ясувати особливості вживання лексичних засобів у новинних текстах українсько- та франкомовних ЗМІ різної тематики. Відповідно до цього, **завданнями** дослідження є:

- опрацювати терміни «текст ЗМІ» та «новинний текст»;
- визначити характеристики новин у медіа;
- класифікувати жанрові різновиди новин;
- визначити мовні одиниці лексико-семантичного рівня мови, що найчастіше використовують у текстах новин;
- проаналізувати актуальні процеси українсько- та франкомовної преси в контексті висвітлення повномасштабного вторгнення на територію України;
- визначити мовні засоби, що використано в новинах про міжнародну підтримку України;

- проаналізувати вербальні засоби комунікації в новинах про недопуск російських спортсменів до участі в Олімпійських іграх у Парижі в 2024 році;
- порівняти медійні тексти, написані різними мовами, але за одним тематичним спрямуванням.

Основні методи дослідження: для першого розділу бакалаврської роботи обрано метод теоретичного аналізу літератури та критичний аналіз досліджень обраної проблеми, щоб опрацювати різні варіанти визначення термінів «новина», «медіатекст» та запропонувати власне трактування, визначити основні ознаки жанру новин та простежити функціональні підходи до мовних засобів, а також їхньої класифікації щодо лінгвостилістичних характеристик.

У другому розділі роботи застосовано метод контент-аналізу медійного простору, порівняльного аналізу, описовий, зіставний та метод узагальнення. Шляхом зіставлення виявили спільні й відмінні лінгвостилістичні особливості в українсько- та франкомовних новинних текстах на одну тематику. Семантико-стилістичний та описовий методи дали змогу вирішити завдання, пов'язані з аналізом мовних одиниць, що функціонують у новинних текстах, пояснити особливості їхнього функціонального ресурсу.

Матеріалом дослідження слугували новинні тексти з українських та франкомовних медіа, що були опубліковані пізніше 24.02.2022. Щоб визначитися з медійними ресурсами, які стануть джерелами новинних текстів для бакалаврської роботи, ми звернулися до статистичних досліджень медійного простору України та Франції, проведені «USAID-Internews» [31] та «Statista» [38] відповідно. Важливо відзначити, що згідно з цими опитуваннями, 60% українців надають перевагу соціальним мережам, зокрема Telegram, Facebook та YouTube, як каналам передавання новин, коли тільки 38% населення Франції використовують соцмережі для

споживання новин (Instagram, TikTok ou Facebook). Незважаючи на такі високі показники популярності саме інтернет-мереж, у своєму дослідженні ми зверталися тільки до тих текстів, що були опубліковані винятково в Інтернет-ЗМІ, наприклад, це українськомовні Obozrevatel, Український тиждень, Слово і діло, Україна молода тощо та франкомовні Le Monde, Le Parisien, Le Figaro, Radio France internationale, що згідно з опитуванням «Statista» [38] є найпопулярнішими загальнонаціональними виданнями. Нами було опрацьовано 25 текстів, написаних українською мовою, та 15 текстів – французькою, загалом – 35 текстів.

Структура та обсяг роботи. Бакалаврська робота складається зі вступу, двох розділів і висновків до них, загальних висновків, списку використаної літератури та списку джерел ілюстративного матеріалу. Загальний обсяг роботи становить 59 сторінок. Список використаних джерел – 40 позицій.

РОЗДІЛ 1.

МЕДІАЛІНГВІСТИЧНА СПЕЦИФІКА НОВИНИХ ТЕКСТІВ

1.1. Поняття «новинний текст» у системі медійного стилю

Про всі найважливіші події у світі ми дізнаємося саме з новин, адже це першоджерело інформації, завдяки якому люди добре обізнані з місцевими, національними та глобальними подіями. За словником О. Т. Баришпольця, новина – це повідомлення, що становить інтерес для суспільства [1, с. 51]. Словник Французької академії визначає новину як «ensemble des faits qui retiennent l'attention du public à un moment donné» («сукупність фактів, які привертають увагу суспільства в певний момент часу», тут і далі переклад наш) [36]. В обох визначеннях наголошено на тому, що подія, яка взята в основу новини, має набувати суспільного характеру, бути змістовною та цікавою.

Сьогодні більшість новин в українському медіапросторі так чи інакше пов'язані з війною, що особливо помітно в текстах про дії Збройних сил України, внутрішню та зовнішню політику. Повномасштабне російське вторгнення у лютому 2022 року стало викликом для всього демократичного світу, що призвело до потужної міжнародної підтримки країн-партнерів, серед яких важливу роль відіграє Французька Республіка.

У цьому контексті саме преса має в руках найпотужнішу зброю впливу – слово. Мова, як жоден інший інструмент, багата засобами впливу та виразності: лексичними, синтаксичними, стилістичними, фігурами мови, інтерекстами і навіть асоціаціями. Важко переоцінити роль ЗМІ у формуванні колективної та індивідуальної мовної свідомості. Варто зауважити, що в глобальному інформаційному просторі французькій мові,

що забезпечує ефективну опосередковану взаємодію людей, належить посто місце у світі [17, с. 70].

Одним із основних понять у медіалінгвістиці є «медійний текст». Тому розглянемо, як його визначають і характеризують сучасні науковці. **Текст ЗМІ/медіатекст** – окремі тексти або сукупність текстів, що обумовлений запитам аудиторії, аналізом соціальної дійсності, висуванням суспільно значущих проблем, наявністю соціально-політичних орієнтирів та досконалістю форми подачі матеріалу [2, с. 234]. Науковиця Н. Ротон зазначила, що «поняття текст стосовно сфери ЗМІ може означати публікацію в пресі, теле- і радіопередачу, повідомлення, в комп'ютерній мережі» [24, с. 56]. Відповідно до цього можемо визначити головні завдання медіатексту: вплив на свідомість масової аудиторії, формування її позиції щодо змісту тексту і, звичайно, передавання інформації.

Одним із різновидів медійних текстів є новинний текст, пропонуємо своє визначення цього терміна в медіалінгвістичному контексті:

Новинний текст – інформаційне повідомлення про подію, яка сталася нещодавно, стосується певних соціальних інтересів реципієнтів. Для новинних текстів характерними є такі ознаки:

- **інформативність**, тобто змістовність, показники користі та якості, що відображена в темі та наповненні тексту. Тяпкіна Н. І. називає такі основні засоби підвищення інформативності тексту: розуміння індивідуальних інформаційних потреб реципієнтів, дотримання композиційних, логічних, лінгвістичних норм викладу новини [30, с. 93-94];
- **оперативність** (актуальність) полягає в пов'язаності змісту з подією, яка є сучасною та відображає події, що відбуваються в реальному часі, або тільки що мали місце. Критерій цінності інформації реалізуються через конкретні дати, слова «вчора», «сьогодні», «зранку», «вночі» і подібні;

- **об'єктивність** полягає в повідомленні автором факту без критики та трансляції власної оцінки щодо події, про яку ідеться. Автори новинних текстів уникають емоційно-забарвленої та специфічної лексики, складних наукових термінів, які можуть потребувати додаткових пояснень, щоб дозволити реципієнтам самим сформулювати точку зору щодо поданого повідомлення;
- **лаконічність** виконує найважливішу прагмалінгвістичну та структурно-стилістичну функцію через словесну організацію та художньо-зображувальні засоби для розкриття ідеї. Фактично, медійники, що працюють із новинними текстами, мають через мінімум слів передати змістовний об'єм інформації;
- **точність**, адже інформація має бути достовірною, поданою чітко та без сумнівів. Новинні тексти з помилками, неправильними цифровими даними викликають обурення реципієнтів та, в окремих випадках, суспільний резонанс та тотальну недовіру до засобу масової інформації та автора опублікованого матеріалу [19, с. 17-23].

Зважаючи на ці характеристики, можна виокремлювати повідомлення новин як інформаційний жанр медійних текстів, що у свою чергу може класифікуватися щодо структури, актуальності в комунікативному просторі, тематичного спрямування тощо [9, с. 47]. Єдиної думки в питанні ідентифікації різновидів жанру новин немає, тому кожен дослідник намагається представити власну концепцію системи моделей новинного контенту. Нашу увагу привернули такі класифікації:

Д. Дергач розглядає розвиток жанрової системи новин через вплив різних каналів інформаційної комунікації, як-от: телебачення, радіо та інтернет. У своїй статті науковець подає різні текстові структури новин, як от: рухомий рядок, стрічка новин, коментар, прямий ефір. Такі формати дають комплексний погляд на події та можливість їх аналізувати. Дослідник

також підкреслює, що динамічний характер такої системи зумовлений необхідністю постійного відтворення нових потоків інформації [9, с. 47-48].

С. Шийка диференціює інформаційні жанри за формою передачі інформації в медійному просторі: замітка, звіт, інформаційна кореспонденція, інтерв'ю [34, с. 149].

В. Жугай розглянув жанри новин, що набули особливої актуальності під час повномасштабного вторгнення Росії на територію України, та виокремив блискавки, термінові повідомлення репортажі, як такі формати, що зустрічаються найчастіше, і рідше – більш розгорнуті статті та огляди [10, с. 849].

Французькі медійники Крістін Конья і Франсіс Вієй наголошують на тому, що рубрики або розділи в газеті чи журналі тісно пов'язані з жанровою стратифікацією новин через висвітлення конкретних сфер інформації: International (міжнародної), Politics (політичної), Economy (економічної), Social (соціальної), Justice (правової), Society (суспільної), Culture (культурної), Sports (спортивної) тощо. Новини, що стосуються цих сфер людського життя, розкривають відповідні теми, зважаючи на релевантні ментальні, мовні, лінгвопрагматичні та екстралінгвістичні параметри, необхідні для відображення дійсності та її співвідношення з певним соціально-культурним контекстом [35, с. 35]. На нашу думку, саме такий підхід до жанрового розрізнення є найбільш перспективним та актуальним сьогодні, тому в практичній частині цієї роботи пропонуємо розглянути новинні тексти саме за цією класифікацією.

1.2. Новини про воєнні конфлікти: лінгвостилістичний аспект

Сучасний медіаландшафт будь-якої країни формується під впливом цілої низки різноманітних факторів, як от: історичного, політичного, економічного, соціального, і, звісно, власне мовного аспекту. Завдяки технологічному прогресу, зараз можемо говорити про якісно новий тип ЗМІ – інтернет-ЗМІ. За визначенням Л. Шевченко, Д. Дергача, Ю. Дядищевої-Росовецької, Д. Сизонова, Л. Шулінової, **Інтернет-ЗМІ** (англ. *Internet media*) – засоби масмедіа, що передбачають інформування масової аудиторії та вплив на її мовну свідомість вербальними й невербальними ресурсами віртуальної комунікації [14, с. 85 стр]. Ми можемо виокремити три види таких ЗМІ: сайти інформаційних агентств, онлайн-варіанти друкованих видань та власне інтернет-видання, які від початку повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України у лютому 2022 року адаптувалися до воєнного стану та вкотре довели свої переваги над традиційними типами ЗМІ, як-от:

- інформування відбувається дуже швидко, часто із позначкою «*live*»/«*наживо*», що запевняє реципієнта в достовірності новини. Натомість така оперативність несе за собою ризики створити та розповсюдити тексти, що можуть бути фейками. Моніторинг Інституту масової інформації (ІМІ) показав, що у квітні 2024 року тільки 47,2% матеріалів про хід війни мали посилання на офіційні джерела [5]. Стандарт точності та достовірності порушують, насамперед, узагальнені пояснення та покликання на анонімний авторитет, як от: «за повідомленнями інсайдерів», «наші джерела в *Офісі Президента передають, що...*», «низка західних ЗМІ пишуть про» і подібні;
- медіа стали більше використовувати креолізовані матеріали, а саме: інтерактивні карти з місць ведення боїв, фотографії,

відео та інші мультимедійні засоби, – що значно полегшує розуміння подій, які відбуваються. Також подібні невербальні засоби інформування привертають увагу, адже можуть мати унікальний характер;

- новинні стрічки розширилися, з'явилися спеціальні рубрики/розділи, що висвітлюють винятково події перебігу війни, наприклад: *Війна* «Дзеркало тижня», *Війна*; Відбудова «Укрінформ»; а також подібні постійні рубрики з'явилися і в низці франкомовних онлайн-видань: *Guerre en Ukraine (Війна в Україні)* «Le Monde», «Le Figaro», «Le Parisien». На думку Лорен Тессер таке зацікавлення ЗМІ європейської країни воєнним конфліктом іншої держави та детальне висвітлення новин про дії збройних сил можливе лише з метою формування національної думки щодо колективного конфлікту [39, с. 94-95].

Науковець Жугай В. Й. зауважує, що російське вторгнення «радикально змінило не тільки життя громадян України, призвело до численних жертв серед мирних громадян, заставило мільйони українців стати біженцями, а й спонукало журналістів перебудувати свою роботу до умов воєнного часу» [10, с. 847]. Створення новинних текстів про війну – складний і відповідальний процес, що вимагає пильної уваги до деталей та високого рівня професійної етики. М. Тимошик вважає, що під час збройного нападу «моральні засади діяльності сучасної національної журналістики та її творців мають фокусуватися довкола таких засадничих концепцій: патріотизм, професіоналізм, толерація традицій національної журналістики; об'єктивність і правдивість; самокритичність; відкритість; аргументованість» [28, с. 53]. Зважаючи на це, потрібно зазначити, що інформувати «сухо» про війну у власній країні та лишатися об'єктивним дуже складно, адже йдеться про події, що складають спільний досвід усіх громадян, їхні пережиті емоції та страждання, для трансляції яких в

інформаційних повідомленнях потрібно дібрати влучні мовні засоби [8, с. 34].

Медіа мають значний вплив на громадську думку щодо тих чи інших політичних рішень та перебігу війни загалом через мовно-стильову організацію тексту. Розглянемо таке висловлювання: *«Контакт з росіянами на Олімпійських іграх: НОК та Мінспорту України розробили специфічні рекомендації»* (Україна молода, 02.05.2023). На нашу думку завданням цього заголовку можна визначити створення інтриги, що підштовхує реципієнта до прочитання повного тексту новини. Словосполучення *«контакт з росіянами»* на початку заголовку є потенційно пейоративним, оскільки може викликати негативні асоціації в реципієнтів. Також можна визначити маніпулятивну функцію, як таку, що домінує, адже у фрагменті *«специфічні рекомендації»* створюється враження, що рекомендації є якимись особливими або навіть підозрілими, внаслідок чого читач може відчувати певну тривогу або цікавість та бажання дізнатися деталі.

Важливо зауважити, що наведений фрагмент тексту є заголовком до новини про правила спілкування з російськими спортсменами. Новинні тексти базуються на принципі перевернутої піраміди, коли описується якийсь інтригуючий факт, а потім усе розгортається навколо нього [16, с. 23-24]. У цьому контексті можемо визначити заголовок, як один із найважливіших компонентів новинного тексту, адже він має передавати суть події, що лягла в основу новини, у лаконічній формі. Це дає нам змогу виокремити важливу прагматичну функцію заголовку: привернути увагу реципієнта, зацікавити його та змусити прочитати весь матеріал. Також перший рядок дає можливість оптимізувати пошук інформації та вибору ресурсу для прочитання новини, зорієнтуватися в потоці новин, тобто слугує важливим елементом навігації. Усі дотичні елементи, як-от: деталі події, цитати, статистичні дані, креолізовані матеріали розміщують нижче.

У новинах яскравою особливістю є використання цитат, що представляють думку або висловлювання осіб, які мають безпосередній зв'язок із подіями. Це робить подачу інформації більш достовірною та переконливою для аудиторії, що відповідає основним ознакам новинних текстів. Також цитати можуть привернути увагу читачів, особливо якщо вони містять цікаві, несподівані вислови та погляди або належать знаним особистостям. Як-от у такому фрагменті тексту новин: *«Я не вірю не в перемир'я в цілому. Я не вірю в будь-який формат перемир'я з російською федерацією. Це брехня, і Емманюель [Макрон] це знає», – пояснив Зеленський»* (hromadske, 22.04.2024). Наведений фрагмент висловлювання Президента України є прецедентним текстом, що привертає дуже багато уваги через свою актуальність,

Медіа є потужним інструментом для поширення нових слів: чим більше важливих подій у житті певного суспільства відбувається у визначений проміжок часу, тим активніше це висвітлює преса і жвавіше реагує мова шляхом словотвору, що може задовільнити це суспільство у нових вимогах [18, с. 11]. Наприклад, розглянемо період ранньої фази російсько-української війни, а саме кінець 2014-початок 2015 років, коли тривала оборона Донецького аеропорту. Тоді саме завдяки висвітленню цих подій у масмедіа, необхідності постійно наголошувати на стійкості військових та волонтерів, з'явилася назва українських оборонців – *«кіборги»*. Це слово стало буквально уособленням демократичних цінностей незалежної України та принципів, ідеалів її Збройних Сил. У 2017 році з'явився фільм *«Кіборги. Герої не вмирають»*, що розповідає історію захисту аеропорту. Сьогодні така назва українських військових може бути наявна в новинній стрічці тільки в контексті створення кінофільму чи пам'ятної дати: *«Він підкреслив, що фраза «Кіборги» вистояли, не встояв бетон» навіки увійшла у світову історію разом із героїчним подвигом українських бійців»* (Укрінформ, 20.01.2024).

Інший аспект використання нових слів у ЗМІ – потреба медійників знайти такий образ для називання російських військових, що зміг би влучно відбивати реалії повномасштабного вторгнення. У соціальних мережах знайшли порівняння окупантів із героями «Володаря перснів», і тоді стала поширюватися назва «орки». Використовуючи таку вторинну номінацію у ЗМІ, журналістам вдається підкреслити жорстокість воєнних РФ, виразити свій гнів, що не є характерним для новин загалом, але допускається в інформуванні під час війни, зважаючи на емоційний стан авторів текстів та реципієнтів: «На Київщині **орки** знищили продовольчі склади» (Україна молода, 23.03.2022); «Станом на зараз відомо, що **орки** підірвали в самому Херсоні котельні і телевізійну вежу, також остаточно підірвано Антонівський автомобільний міст» (Defence Express, 11.11.2022). Зауважимо, що від лютого 2022 року західні ЗМІ стали глибше поринати в український контекст та переймати мовні засоби, що є актуальними в наших медіа зараз, тому нам траплялася вже зазначена назва російських загарбників в авторитетних французьких виданнях: «*D'ordinaire, sur ce tronçon, les «orcs», surnom donné aux Russes, «nous bombardent constamment»* (Зазвичай на цій ділянці дороги «орки», як називають росіян, «обстрілюють нас постійно») (Sud Ouest, 12.04.2023). Продуктивним мовним засобом є і словотвір. Прикладом словотвору в пресі під час війни може бути лексема «рашисти», що свідомо використовується медійниками через співзвучність зі словом «фашисти» на позначення ворожих солдат. Завданням такого новотвору є висміювання певних аспектів та дій російської армії, її військової політики, стратегії та загального ставлення до інших країн та національностей: «**Рашисти** атакували Середина-Будську мерію дронами: сталася пожежа» (Sumy.today, 21.05.2024). За словами Гриценко С. «мовотворчість українського народу у період російсько-української війни 2022 р. вражає своєю проникливістю, дотепністю, мудрістю та сарказмом» [7, с. 11].

Мовні ресурси можуть активно брати участь у війні «за когнітивний та комунікативний контроль, за владу над свідомістю людей, їхніми емоціями, мисленням, розумом і, відповідно, над їхньою поведінкою» [22, с. 21]. Тому важливо мати змогу протистояти ворогові, доносити масам національні інтереси через мовні засоби, допомагати усвідомлювати специфіку сучасної війни та формувати позитивні настрої в суспільстві до завершення протистояння.

1.3. Функціональний ресурс мовних засобів у текстах новин

Різноманітні мовні засоби та прийоми застосовуються під час створення новинних текстів для реалізації необхідних функцій мови і виконання певних комунікативних завдань. Мовна специфіка варіюється залежно від цільової аудиторії, стилю ресурсу поширення та самого автора, тематичного спрямування новини, про яку повідомляється в медіатексті. Щоб отримати всебічне розуміння лінгвістичних засобів, ужитих у текстах новин, варто звернути увагу на їхню організацію відповідно до чотирьох мовних рівнів. Науковці Карпенко Ю. [11, с. 45] та Кочерган М. [13, с. 34-35] визначають мовні рівні в такий спосіб:

- **фонологічний** рівень, одиницею якого є фонема (є актуальним для дослідження новин, які реалізуються в усній формі);
- **морфологічний** рівень мови стосується вивчення структури та утворення слів через морфеми для граматичних зв'язків між словами;
- **лексико-семантичний**, що концентрується на лексичних одиницях як засобах вираження думки;
- **синтаксичний** реалізується через речення, які відіграють вирішальну роль у тлумаченні та розумінні тексту.

Елементи кожного рівня працюють у системі, яку можна розглядати і цілісно, і з позиції окремих частин, що впливають на процес комунікації. У цій роботі ми хочемо зосередитися на дослідженні **лексико-семантичного рівня** новинних текстів, оскільки вважаємо, що через нього найповніше реалізуються **комунікативна функція** мови (та співвідносні з нею: репрезентативна, естетична) та **мислетворча функція** (із нею пов'язані інформативна та когнітивна функції) [13, с. 20-22]. Ці мовні функції, власне, оформлюють повідомлення відповідно до характерних особливостей новинних текстів.

Уживання тих чи інших мовних засобів потребує глибокого розуміння контексту і культурних нюансів, що є важливими в презентації новини. Функціональний ресурс лексичного рівня фокусується на відборі певних одиниць, як-от:

1. Синоніми.

Дослідниця Н. Пашковська визначає явище синонімії як «особливе місце в характеристиці лексики мови, оскільки синонімічні зв'язки слів вважаються найбільш наочними і переконливими в уявленнях про системну організацію мови, а синонімічні ряди розглядаються при цьому як мікросистеми» [23, с. 16]. Ми погоджуємося, що називання одного й того ж самого явища допомагає якнайточніше знайти словесне вираження для об'єкта, про який ідеться, та увиразнити його відтінки, що й засвідчують аналізовані нами медійні тексти. Наприклад, Росію українські медіа називають «*Російською Федерацією*», «*РФ*», «*північним сусідом*»; також використовують синоніми із негативною конотацією, щоб викликати сильні емоції в реципієнтів і привернути їхню увагу до новинного матеріалу. Ми звернули увагу на такі вживання: «*Московія*» (NewsUA, 23.05.2023), «*держава-терорист*» (Obozrevatel, 19.05.2023).

2. Антоніми.

Це мовне явище використовується для підкреслення конфлікту або контрасту, бо таким чином помітною є різниця між двома протилежними аспектами, які можуть бути важливими для розуміння ситуації. Для франкомовних масмедіа є типовими такі протиставлення, що стереотипізуються й сягають рівня узагальненості, як от «*Russie – Ukraine*» (Росія – Україна). Утім, у новинних текстах, які стосуються війни в Україні, доволі часто вжито прямі антоніми, які мають підкреслювати серйозність або загрозу, пов'язану з подіями, про які повідомляється: «*violier la frontière de l'État*» (порушити державний кордон) – «*respect des règles internationales relatives à l'utilisation de l'espace aérien*» (дотримання міжнародних правил використання повітряного простору) (L'Express, 26.05.202). Антоніми «порушувати-дотримуватися» вибудовують контраст між двома подіями, відображають динаміку та загострення подій, надаючи відчуття руху та розвитку ситуації.

Окремі слова, які є подібними або протилежними за значенням, стають контекстуальними синонімами та антонімами, тобто такими, що набувають властивих їм відтінків тільки в певному контексті: «*Faut-il imaginer un renoncement tacite de Kiev à la Crimée et à une partie du Donbass, en échange d'un arrimage ferme à l'Occident ?*» (Чи потрібно нам уявити собі мовчазну відмову Києва від Криму і частини Донбасу в обмін на міцну інтеграцію до Заходу?) (Le Monde, 29.04.2023). Виділені приклади не можна назвати словосполученнями з буквально протилежними значеннями, але саме такі відтінки досягаються автором через позамовні фактори.

3. Оніми.

За визначенням зі «Словника термінів та понять медіалінгвістики», **онім** – загальномовне та персоналізоване, виявлене у слові найменування окремих одиничних об'єктів [33 с. 129]. Медійникам потрібно якнайточніше

передати різні відтінки одного власного імені, наприклад, географічні назви (найчастіше – міста чи країни), ім'я та прізвища, бренди тощо. Інакше кажучи, загальні назви ще більше індивідуалізують найменування окремих одиничних об'єктів, бо є вторинними щодо апелятивів [4, с. 54-60]. Щоб увести в контекст онім, потрібно спиратися на суспільні, політичні й культурні традиції, а також на мовну компетентність, наприклад: «*Дав добро: російський «цар» балотуватиметься на «виборах» 2024 року*» (Україна молода, 08.12.2023 р.). Виділене словосполучення «*російський цар*» дуже часто використовують на позначення російського президента Володимира Путіна, натякаючи на авторитаризм у державній системі Російської Федерації та імперські амбіції її керівника. Така вторинна номінація Путіна не зустрічається у франкомовних ЗМІ через але нам вдалося знайти семантично споріднені оніми «*le maître du Kremlin*» (*господар Кремля*) та «*le souverain de la Russie*» (*володар Росії*): «*L'objectif du maître du Kremlin serait avant tout de terrifier les opinions occidentales*» (*Метою господаря Кремля є, перш за все, залякати західну громадську думку*) (Le Parisien, 23.02.2023).

4. Перифрази.

Лексична одиниця, що може мати оцінний, емотивний, експресивний, стилістичний, ідеологічний характер, що використовується автором як один із найефективніших засобів впливу на реципієнта через виділення певного аспекту явища, предмета або навіть особу, про які ідеться мова – **перифраз** [3, с. 62-63]. Функціонально ці лінгвістичні засоби є вторинними номінативами, що перш за все допомагають автору новинного тексту зосередити увагу реципієнтів на суті висловлювання. Наприклад, від початку повномасштабної війни одним зі слів, до якого найчастіше добирають перифрази у новинах, є «*ворог*»: «*Нелюди сьогодні відібрали ще одне безневинне життя на запорізькій землі*» (Слово і діло, 19.02.2024);

«Китай пропонує залишити окуповані території України загарбнику» (Український тиждень, 26.05.2023); «Зрештою **військовослужбовця-ката** вдалось ідентифікувати» (Радіо Свобода, 11.05.2022). Наведені фрагменти відбивають коло реалій, в якому відбувається перефразування через виключно негативні характеристики російської армії.

5. Евфімізми.

У сучасних медіа найчастіше це лексична стратегія виступає словозамінником, який вживається не замість грубого або непристойного виразу, а замість небажаного, незручного в певному контексті, перш за все, політичному [27, с. 149]. Наприклад, в іноземних ЗМІ, які висвітлюють українські новини (зокрема і у франкомовних), можна констатувати уникання лексеми «війна»: «*Le groupe Eurengo rouvre en France une usine de poudre propulsive pour obus pour faire face à la pénurie liée au **conflit en Ukraine***» (Корпорація Eurengo відновлює роботу заводу з виробництва пороху для снарядів у Франції, щоб впоратися з дефіцитом, спричиненим **конфліктом в Україні**) (Le Figaro, 26.03.24). Зауважимо, що слово «**конфлікт**» вживається і українськими медіа, але тільки в контексті із прикметниками «збройний» або «воєнний», аби наголошувати на активних бойових діях. На нашу думку це пов'язано з: а) цензурою редакцій та необхідністю отримати спеціальні дозволи на вживання слова «війна»; б) пасивним ставленням світової спільноти, небажанням давати речам їхні імена та іншими причинами. Усе це дозволяє говорити про евфемізм як один із засобів виявлення чутливості в новинних медіатекстах західних ЗМІ.

6. Соціально- та територіально-орієнтована лексика (діалектизми, розмовна лексика, жаргонізми, сленгізми, вульгаризми).

Лексика, уживання якої обмежується територіально або певною групою суспільства, сприяє функціонуванню яскравих експресивних стійких висловів із метою увиразнення викладу, а також руйнує естетику медітексту [20, с. 27-26]. Мова новин у ЗМІ є орієнтованою на широкий загал реципієнтів, тому автори медійних текстів послуговуються **загальноживаною лексикою**, тому в проаналізованих нами текстах не було зафіксовано ні діалектизмів, ні вульгаризмів, ні сленгізмів. Натомість «розмовні лексеми воєнного періоду постійно проникають в інформаційно-офіційні тексти, що зумовлено як відкритістю стилістичних меж, так і надпотужним інформаційним потоком, що супроводжує хід воєнних подій» [8, с. 35]. Розглянемо приклад: *«До слова, ще один іранський «moped» збили на Сумщині» (24 канал, 04.06.2023)*. Українці почали використовувати лексему **«moped»** для позначення іранських дронів-камикадзе через їхній характерний звук. Також допустимим в певних контекстах може бути військовий жаргон для найточнішого відбиття дійсності: *«передок», «нуль», «прильот»* та інші: *«Стало відомо про поїздку Олександра Сирського та Рустема Умерова на «передок» (Уніан, 25.02.2024)*.

7. Неологізми.

Саме медіа найчастіше вводять в ужиток нову лексику через потребу передати нові ідеї, називати нові поняття або тенденції, які в цей момент ще не мають встановленої номінації: *«рашизм», «пункт незламності»; варваризми* (слова, створені за іншомовним зразком, пристосовані до фонетики української мови) *«фактчекінг», «dip-фейк»* тощо. **Оказіоналіональні утворення** передбачають високий рівень креативного мислення та швидкої реакції, щоб продемонструвати дотепність журналіста та виконати оцінну функцію [32, с. 43]: *«Путлер погрожує вгатити ракетами «туди, куди ще не бив», розгнівавшись на поставки зброї Україні» (Україна молода, 05.06.2022)*. Слово **«Путлер»** є семантичним

оказіоналізмом, який оригінально засвідчує схожість російського президента з фюрером. Але маємо зазначити, що авторитетні ЗМІ дуже рідко використовують подібні новоутворення, оскільки «для жанру новин характерна певна консервативність у використанні мовностилістичних засобів, властивих медійному стилю загалом, адже тут важливий опорний факт, що містить новину» [24, с. 59].

8. Галузева лексика.

Коли йдеться про новини, використання **термінів і професіоналізмів**, які є притаманними людям з певної сфери діяльності, може стати проблемою для чіткого та ефективного донесення інформації до широкої аудиторії. Щоб все-таки реалізувати завдання новинного тексту, журналісти повинні дотримуватися тонкого балансу між точністю і доступністю для використання галузевих термінів [24, с. 50]. Вважаємо, що доречно поділити галузеві терміни та професіоналізми на:

а) загальнонаукові та галузеві терміни – номінативні одиниці мови науки й техніки, які «закріплюються результатами пізнавальної діяльності людини» [15, с. 57]. Наприклад: *«Основний контингент найманців лишається на місці, здійснюється лише вимушена ротація для окремих підрозділів»* (Фреedom, 25.05.2023);

б) вузькоспеціалізовані терміни та професіоналізми, які потребують додаткового пояснення автора новинного тексту: *«На відео видно, що на місто падають бомби – ймовірно, із білим фосфором. Зазначимо, фосфорні бомби містять запальну сполуку, температура горіння якої перевищує 800°C. Вона поширюється територією в кілька сотень квадратних метрів. Використання фосфорних боєприпасів проти мирного населення суворо заборонене Протоколом III до Конвенції про конкретні види звичайної зброї, які можуть вважатися такими, що завдають надмірних ушкоджень або мають невибіркову дію»* (Слово і

діло, 06.05.2023). Наведений нами фрагмент стосується військової лексики, яку важливо використовувати в новинних текстах зараз для якісного висвітлення подій. Зараз лексичні засоби цієї сфери є доволі поширеними, тому найчастіше реципієнти не потребують додаткових пояснень, але так є не завжди.

9. Запозичена лексика.

Оскільки міжмовні контакти інтенсивно поширюються на всі сфери людського життя, виникає потреба вводити назви понять іншомовного походження, культурних або соціальних явищ, пов'язаних із мовою або країною походження. Іноді вживання запозиченої лексики може надати висловлюванню ефектності або підкреслити певну ідею. Вони можуть використовуватись для гри слів або більшої виразності в мовленні, наприклад: «*Ukraine: l'appel à reconnaître Donetsk et Lougansk, un joker russe*» (Україна: заклик до визнання Донецька і Луганська – російський козир) (Le Figaro, 15.02.2022). Зазначимо, що у французькій мові є питомий відповідник, але автор новини надав перевагу слову «*joker*», яке походить з англійської мови, аби зробити комунікацію з аудиторією цікавішою та більш ефективною.

10. Аббревіація.

Явище утворення нових слів через скорочення, усічення основи, або складання початкових букв і складів (**акронім, аббревіатура**) [12, с. 32]. У франкомовних новинах, що передають оперативну інформацію про повномасштабне вторгнення Росії в Україну найбільш частотними є вживання саме аббревіатур за першою літерою: *l'OTAN (НАТО), UNESCO (ЮНЕСКО), IMF (МВФ), AIEA (МГАТЕ)* і подібні: *Ils peuvent porter sur l'octroi d'équipements militaires modernes, interoperables avec ceux de l'OTAN, la formation de soldats ukrainiens ou le renforcement de l'industrie de*

défense ukrainienne. (Вони можуть включати постачання сучасної військової техніки, сумісної з технікою НАТО, підготовку українських солдатів або зміцнення української оборонної промисловості) (Le Monde, 16.02.2024). Важливо зазначити, що чимало аббревіатур можуть бути зрозумілими тільки через фонові знання реципієнта та окремі контексти, тому, зазвичай, перша згадка таких «довгих назв» буде повною із вказівкою на скорочений варіант у формі аббревіатури в дужках для подальшої економії мовних засобів у новинному тексті: «Washington accuse Moscou d'avoir eu recours à la chloropicrine contre les forces ukrainiennes, en violation de la Convention sur l'interdiction des armes chimiques (CIAC), selon le département d'État» (Вашингтон звинувачує Москву у застосуванні хлоропікрину проти українських військ, що є порушенням Конвенції про заборону хімічної зброї (КЗХЗ), повідомляє Державний департамент США) (Le Parisien, 02.05.2024).

Визначені нами лінгвістичні особливості новинних текстів відіграють ключову роль у покращенні якісного розуміння та сприйняття новини широким колом читачів. Різноманітність мовних особливостей лексичного рівня дозволяє точніше виразити суть та ідеї, відобразити і позитивні, і негативні аспекти обговорюваних тем, що загалом робить публікації про актуальні події цікавішими для аудиторії.

Висновки до Розділу 1

Новинні тексти займають помітне місце в сучасній медійній комунікації. У цьому контексті варто розглядати характерні особливості новинних текстів, їхню жанрову специфіку. У цьому питанні дослідники й досі не дійшли єдиного погляду щодо класифікації інформаційних жанрів,

адже одним зі спірних питань є саме критерій поділу: одні вважають, що звертати увагу потрібно на структурне оформлення новинного тексту, інші – на канал передачі, а також актуальність того чи іншого жанру. Виокремлюють також жанрові моделі, що спираються на тематичне спрямування медіатексту або медіаресурсу (новини економічні, політичні, спортивні, наукові, суспільні, міжнародні тощо).

Сьогодні першочерговим завданням для медійників є висвітлення перебігу збройної агресії Росії щодо України та дотичних до нього подій. Як українсько-, так і франкомовні Інтернет-ЗМІ змогли адаптуватися до нової реальності та завдяки оперативності, критерію довіри, можливості подавати інформацію креолізовано та структуровано, використовуючи зокрема й влучні й цікаві цитати та заголовки, що привертають увагу.

У створенні новинного тексту важливими є їхні фонологічні, морфологічні, лексикологічні та синтаксичні особливості, які реалізують мовні функції, працюючи і в системі мовних рівнів, і поза нею. Тут ми особливе місце відводимо лексико-семантичному рівню, який репрезентовано в новинних текстах найповніше і який впливає на якість сприйняття реципієнтом повідомлення. Функціонального потенціалу цього рівня реалізується через низку вербальних засобів, досліджений матеріал дав підстави виокремити такі: синоніми, антоніми, оніми, перифрази, евфемізми, аббревіатури, неологізми, запозичену лексику, галузеві терміни та професіоналізми.

Застосовуючи мовні засоби, які реалізують інформативність, об'єктивність, точність і збалансованість, тексти новин виконують основне своє завдання – інформувати реципієнтів про актуальні події та допомагати сформуванню власний погляд щодо тієї чи іншої події.

РОЗДІЛ 2.

ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВЕРБАЛЬНИХ ЗАСОБІВ У НОВИННИХ ТЕКСТАХ ОДНІЄЇ ТЕМАТИКИ УКРАЇНСЬКО- ТА ФРАНКОМОВНИХ МЕДІА

2.1. Особливості висвітлення перебігу російсько-української війни 2022-2024 років у ЗМІ: медійний образ України у франкомовній пресі

Як ми зазначали раніше, ЗМІ мають особливе значення в усіх сферах людського життя: соціальній, політичній, економічній тощо. Сучасні ЗМІ охоплюють і паперові видання, і онлайн-платформи та соціальні мережі. Розширення медійного ландшафту та загальні процеси комп'ютеризації дозволили пресі проникнути в Інтернет та створити онлайн-версії періодичних видань з метою розширення можливостей. ЗМІ використовуються виконавчою, законодавчою, судовою гілками влади як мовленнєвий інструмент переконливості, привабливості, маніпуляції свідомістю та поведінкою людей, тому часто ЗМІ розглядають як «четверту неформальну гілку публічної влади» [21, с. 27].

Від початку повномасштабного вторгнення на територію України роль оперативного інформування громадян значно зросла. Найшвидше новини передавалися в соціальних мережах (варто виокремити платформу Telegram як засіб поширення медійної інформації, що набув пікової популярності за останній рік [10, с. 849]), інтернет-ЗМІ та телебаченні. Основними темами для створення новинних текстів були: міста та місця атак, гуманітарні катастрофи в мирних містах, втрати ворога, внутрішня політика, кадрові перестановки, контрнаступальні дії, санкції західних країн та дотримання і

нехтування цими обмеженнями з боку російської влади, про становище Росії на міжнародній арені, деокупація значної частини українських територій, про зустрічі Президента України та інших високопосадовців із представниками майже всіх цивілізованих країн світу, про позицію нейтральних країн, обмін полоненими та організацію зелених коридорів для евакуації мирного населення із зони бойових дій, виконуючи таким чином передусім інформативну функцію, а також – пізнавальну та функцію когнітивну, що передбачає процес формування особистого погляду людини про події навколо.

Ба більше, медіа створюють імідж країни не тільки на внутрішньополітичній, так і на міжнародній арені. Новини про війну в Україні 2022-2023 року «стали темою номер один більшості західних медіа» [10, с. 850]. Якщо говорити про франкомовні медіа, то матеріали про повномасштабне вторгнення були найоперативніше презентовані на радіо, телебаченні та в пресі, зокрема в електронних версіях друкованих ЗМІ, які переважно подають короткі медіатексти інформаційного характеру.

Найбільш авторитетними медіа у французькому медіапросторі можемо назвати такі загальнодержавні періодичні видання: *Le Monde*, *Le Figaro*, *L'Humanité*, *Le Parisien*, *L'Express*, *RFI* та інші. Важливо зазначити, що ці ЗМІ з перших днів повномасштабного вторгнення безперервно висвітлюють події на франкомовну аудиторію, що є дуже важливим для українців: Франція є принциповим стратегічним партнером у цій війні. Статті про Україну у франкомовній пресі найчастіше представлені в таких рубриках: *Économie*, *Politique*, *International*, *Sport*, *Monde*, *Europe*. Науковиця Семида О. наголошує, що у французькій пресі основними засобами формування образів є лексичні та стилістичні засоби, які створюють зміст висловлювання відповідно до прагматичних інтенцій реципієнта. При висвітленні української суспільно-політичної тематики такими інтенціями є: комунікативна, інформативна, впливова, – а вводяться

в контекст такі інтенції через вибір лексичних засобів та врахування фонових знань реципієнта [25, с. 5]. Нам імпонує думка, що саме мовні засоби відіграють одну з ключових ролей у формуванні медійного образу об'єкта, але хочемо зазначити, що в цьому контексті варто говорити і про прагмалінгвістику як галузь досліджень, що вивчає відношення між одиницями лексико-семантичного рівня мови і умовами їх вживання в тексті. Тобто мовні одиниці не виокремлюються зі змісту є залежними від фонових знань реципієнта.

Ткаченко О. виокремлює такі основні тенденції у формуванні медійного іміджу України європейськими, зокрема і франкомовними, ЗМІ [40, с. 227]:

- посилення позитивного складника іміджу;
- контраст із негативним складником медійного образу Російської Федерації як держави-агресора, що напружує геополітичну ситуацію як в Україні, так і в Європі та світі в цілому;
- зміщення акцентів на державний образ, який представляється новим вектором політики, новими лідери, новими рішеннями;
- проєвропейська позиція України.

Ми погоджуємося з позицією науковці і хочемо наголосити на тому, що ці тенденції впливають на образ України в медіа позитивно: руйнуються старі стереотипи про сприйняття України як колишньої радянської республіки, країни з високим рівнем корупції і подібні. Наприклад, *Le Monde* і *Le Figaro* ставляться прихильно до ідеї, що Україна є європейською державою, що реформується, розвивається в демократичному напрямку. Зауважимо, що ці видання подають новинні тексти без авторської оцінки інформації, що притаманно жанру новин, та спираються на вже відомі свідомості реципієнтів знання, тому для медіа важливо формувати контекст завчасно через інші інформаційні жанри та вводити характеристики країни дозовано. Для цього можна використовувати антоніми, щоб підкреслити

контраст між явищами, які описуються і репрезентувати об'єкт (у нашому випадку – країну) найкращим чином, добором синонімів для уникнення повторів та влучних онімів: *«Le problème aujourd'hui pour les Ukrainiens est d'atteindre les Russes qui ont compris quelles étaient les menaces en face d'eux sur la ligne de front»* (Сьогодні для українців проблемою є **достукатися до росіян, які мають усвідомити загрози, що стоять перед ними на лінії фронту**) (Le Monde, 15.05.2023) – протиставляються свідомі українці та російські військові, що сліпо підпорядковуються командуванню; *«La stratégie russe de frapper les infrastructures énergétiques pour **affaiblir le moral des populations s'est soldée par un échec**»* (Стратегія Росії з нанесення ударів по енергетичній інфраструктурі для **послаблення бойового духу населення провалилася**) (Le Figaro, 10.03.2023) – «бойовий дух», який не зламався, це підкреслення успіхів у супротиві українців, створення позитивного іміджу.

2.2. Вербальні засоби репрезентації інформації про міжнародну підтримку України у війні 2022-2023 років.

Для аналізу мовних засобів та їх медіалінгвістичного потенціалу ми обрали дві новинні статті, які висвітлюють неоднозначну позицію Китаю щодо війни в Україні. Події, що стали поштовхом до створення текстів, це: оголошення про майбутні візити президентів О. Лукашенка та Е. Макрона в Китай, запланована зустріч В. Путіна із Сі Цзіньпіном у Москві та утримання Піднебесної під час голосування в Раді безпеки ООН щодо заклику вивести російські війська з території України. Також у франкомовній статті (оскільки вона вийшла кількома днями пізніше) згадується документ, опублікований китайською стороною, який представляє їхнє бачення врегулювання конфлікту. Проаналізуємо

детально вербальні засоби та їхні комунікативні завдання в новинних текстах, що висвітлюють позицію інших країн щодо війни в Україні.

У статті *«Україна намагається покращити відносини з Китаєм, але комунікація дуже складна – МЗС»* (Українська правда, 23.02.2023) Китай представляють через онім *«надважлива для нас держава»*, підкреслюючи таким чином геополітичне значення країни, важливість Китаю як впливової держави, особливо в контексті світових подій, політики чи економіки. Також можемо вважати використання цього мовного засобу частиною дипломатичного мовлення для збереження коректних відносин із Китаєм, підкресленням поваги та шанобливого ставлення до цієї країни.

Використано евфемізм *«конфлікт»*, який має замаскувати пряме значення слова *«війна»* як збройної боротьби. Але в нашому медіатексті *«конфлікт»* є скоріше синонімом для уникнення повтору, бо в цьому ж реченні використовується реальна назва цього явища: *«Від початку повномасштабної війни Росії проти України офіційні китайська влада неодноразово виступала за якнайшвидші переговори та вирішення конфлікту мирним шляхом»*. Тут же можна помітити пряме контекстуальні протиставлення *«повномасштабна війна»* – *«переговори»*, *«мирне вирішення»*. Ми думаємо, що в цьому медіатексті через вербальний засіб протиставляються не тільки *«війна-мир»* як явища, а ще і відносини України та Китаю, як країни, що є ворогом для Росії, та її країни-партнера. Неоднозначність, невизначеність Китаю маскуються через евфемізм *«нейтралітет (який, в принципі, ми теж цінуємо)»*. Таким чином виконується функція експресивна, хоча традиційно вона не є властивою жанру новин, оскільки автор має залишитися неупередженим.

Китайську владу представляють через вживання таких синонімічних засобів:

- «комунікація була і залишається дуже складною **на рівні найвищому – на рівні керівництва**»;
- «позиція **офіційного Пекіна**»;
- «достукатися як до розуму, так і до сердець **китайського керівництва**».

Завдяки такому урізноманітненню тексту виконуються репрезентативна функція мови. Співпраця Росії та Китаю представляється в цій новині так:

- «**альянс з путінською Росією**»;
- «**союз з Росією**»;
- «**початок світової війни**».

У цьому синонімічному ряді використано запозичене слово «альянс», що також показує рівень ерудиції автора та увиразнює повідомлення. Зауважимо, що функціональний потенціал цих мовних засобів – оцінний, оскільки автор хотів донести до читача негативні наслідки співпраці цих двох країн.

Далі виявляємо й іншу запозичену лексику, як от: «комунікація», «нейтралітет», «конфлікт», «санкції», «резолуція». Можемо припустити, що таке вживання слів іншомовного походження є виправданим, адже текст не виглядає перевантаженим цими мовними одиницями, хоч і практично всі слова мають еквіваленти в українській мові. Лексеми «нейтралітет», «санкції», «резолуція» взагалі є радше загальнонауковими термінами з галузі міжнародних відносин, що підкреслюють точність викладу повідомлення.

У тексті новини також використано акроніми «Рада безпека **ООН**» та «**МЗС**» без додаткових пояснень та обтяжень, адже такі аббревіатури є відомими реципієнтові.

Ми не можемо констатувати вживання специфічної лексики, оскільки це загалом не характерно для жанру новини. Також тут немає неологізмів, а лексика є загальноновживаною.

Тепер розглянемо статтю, написану французькою мовою, на цю ж тему із заголовком «*Guerre en Ukraine: la Chine, nouveau théâtre d'un intense ballet diplomatique*» (Війна в Україні: Китай, новий театр інтенсивного дипломатичного балету) (RFI, 26.02.2023). У ній використано значну кількість мовних засобів, які оптимізують процеси сприймання реципієнтом новини, роблять її інформативнішою та красномовнішою.

Заголовок статті, яку ми аналізуємо, виконує ряд важливих функцій мови, як от інформаційну, що допомагає в лаконічній формі передати суть події, про яку йтиметься в тексті, а також важливу функцію впливу: привернути увагу читача, зацікавити його та змусити прочитати весь матеріал. В аналізованому тексті вжито онім «*nouveau théâtre d'un intense ballet diplomatique*» (новий театр інтенсивного дипломатичного балету) для збільшення ефективності медійної комунікації, тобто власна назва *la Chine* (Китай) стає більш зрозумілою для широкої аудиторії. Завдяки лексемі «новий» читач розуміє, що країна раніше не брала участі в процесах міжнародної політики щодо війни в Україні – «дипломатичному балеті».

Далі в тексті також використано оніми щодо назви країни, наприклад: «*un acteur majeur du dossier ukrainien*» (головний гравець в українському питанні), «*un acteur majeur qui parle à tout le monde*» (головний гравець, який розмовляє з усіма) з метою акценту на потенціалі втручання Китаю у перебіг війни як сильної сторони: гіперболізація допомагає підсилити емоційність читача та точно висловити авторові свої думки; онім «*la deuxième puissance mondiale*» (друга світова держава), який реалізовує функцію інформативну, тобто передачу знань, що засновані на статистичних фактах, адже офіційно економіка Китаю є другою найбільшою у світі. Топонім

Pékin (Пекін) представляється як «*la destination diplomatique à la mode*» (модний дипломатичний напрямок).

У тексті новини ми також помітили висвітлення неоднозначної політики Китаю через протиставлення: «*un rôle de modérateur dans le conflit, et de l'autre, celui de soutien à la Fédération russe*» (модератора в конфлікті, а з іншого – як прихильника Російської Федерації). Автор зробив акцент непостійності та невизначеності китайської влади, застосувавши контекстуальні антоніми.

Аналізуючи статтю, ми помітили також уживання синонімів для номінації певних явищ, наприклад: «*le président*» – «*le chef d'État*» – «*son homologue*» – «*plus haut représentant de la diplomatie*» (президент – голова держави – його (президента) колега – найвищий представник дипломатії); «*la guerre en Ukraine*» – «*le conflit entre l'Ukraine et le partenaire stratégique russe de Pékin*» (двічі) (війна в Україні – конфлікт України та стратегічним партнером Пекіна – Росією). Як ми зазначали раніше, медійний образ України є більш позитивним у франкомовній пресі, тому видання доволі часто відкрито використовують слово «війна», щоб викликати відповідні емоції в реципієнта та сформуванню розуміння справжньої сутності подій.

Загальнонаукові терміни «*une résolution*», «*un communiqué*», «*le conflit*» (резолуція, комюніке, конфлікт) не потребують додаткових пояснень, вводяться в контекст новини логічно та сприяють підвищенню рівня точності. Абревіатури «*l'ONU*», «*l'UE*» (ООН, ЄС) та скорочення із запозиченою лексикою «*G20 Finances*» (Фінанси G20, від англ. «*finances*») спонукають аудиторію до вдумливого й уважного читання, лаконізують медіамовлення, допомагають уникнути словесної надмірності, надто громіздких конструкцій у тексті новини [32, с. 43-44].

Зазначимо, що в аналізованому медійному франкомовному тексті новин використано формальну мову та уникнено емоційно-зabarвленої

лексики або сенсаційних висловлювань. Також автор не наводив власних коментарів щодо зазначеної новини, що забезпечує неупередженість подачі інформації, властивої жанру новин.

2.3. Лінгвостилістичний ресурс засобів створення новинних текстів про недопуск російських спортсменів до участі в Олімпійських іграх у Парижі в 2024 році

Участь Російської Федерації в Олімпійських іграх (далі – Оі) була предметом значних дискусій у минулому через допінговий скандал, і зараз залишається актуальною темою для суперечок внаслідок повномасштабного вторгнення на територію України. Зазначимо, що новинні тексти про заборону Росії брати участь в Олімпіаді поширюють у рубриці «Спорт», адже такі статті стосуються проведення Оі безпосередньо, а також у розділі «Міжнародні новини», оскільки Україна працює в тісних контактах з іншими державами, аби домогтися недопуску російської команди.

У статті інформаційного агентства Укрінформ *«Зеленський: Якби олімпійськими видами спорту були вбивства і ракетні удари, перше місце взяла б росія» (10.02.2023)* ідеться про звернення Президента до учасників зустрічі міністрів спорту держав-партнерів. У тексті цієї новини спостерігаємо особливості уживання таких мовних засобів:

- **синоніми** *«російські терористи – російські військові»; «представники держави-терориста – національна збірна – російські спортсмени – представники країни-агресора»* з негативною конотацією, щоб викликати в реципієнта відповідні почуття, ставлення та реалізувати номінативну функцію та функцію впливу;

- багато **антонімів**, але хочемо виокремити саме такі: «*триколон*» протиставляється «*нейтральності*», «*білому прапору*», «*літерам латиниці на прапорах різних кольорів*». Ці антоніми є контекстуальними, яскраво передають те, як знецінилася російська державна символіка; а також звертаємо увагу на фрагмент: «*...саме тому їй немає місця в цивілізованому світі, росію ізолюють саме для того, щоб захиститись*». Ця частина речення не є частиною прямої цитати, тому можемо зробити припущення, що автор ділиться своїми думками щодо поставленої проблеми, і таким чином уводить мовну функцію впливу;
- **перифраз** «катувати» до контекстуальних синонімів: «*насильство*», «*беззаконня*», «*терор*». Тут дієслово, по-перше, виступає узагальненням для всіх звірств, скоєних Російською Федерацією, а по-друге, зменшує емоційне навантаження вжитих у тексті трохі раніше інших лінгвістичних одиниць;
- **топонім** Росія представляється в тексті дуже цікаво: «рф», «росія». Звернімо увагу на графічне оформлення: назва країни пишеться з маленької літери, аби підкреслити зневажливе ставлення. Але це спостерігаємо доволі рідко в ЗМІ, адже новинам подібної тематики притаманний більш офіційний тон викладу, який суперечить порушенню мовних норм;
- **аббревіації** вводяться в контекст поступово та коректно: спочатку автор згадує організаторів Оі: «*Міжнародний олімпійський комітет* заявив, що російські та білоруські спортсмени після азійської кваліфікації зможуть брати участь в Олімпійських іграх-2024 в Парижі». І тільки в наступному реченні використовує аббревіатуру: «*МОК* зазнала критики з боку української влади, а також міжнародних партнерів». Таким чином текст не

переобтяжується, а власні назви представляються також через явище синонімії «*Міжнародний олімпійський комітет – МОК*».

Далі розглянемо статтю «*Paris 2024 : pour Zelensky, il faudra choisir entre les athlètes russes ou ukrainiens mais pas les deux*» (Париж 2024: для Зеленського вибір треба зробити між російськими або українськими спортсменами, але ніяк разом) (Le Parisien, 10.02.2023). Зауважимо, що Франція є місцем проведення наступних Оі, тому це сторона зацікавлена в активному висвітленні всіх подій, які стосуються організації спортивного заходу. Французька влада бере активну участь в обговоренні питання, що стосується участі російських спортсменів в Олімпіаді, а франкомовні ЗМІ висвітлюють ці події в новинах.

Доречним є використання термінів-акронімів на позначення важливих структур, що беруть безпосередню участь у проведенні Оі та вирішенні питання про участь російської команди. Варто зазначити, що такі найменування можуть бути не завжди і не всі відомими реципієнту, тому медійник вдається до влучних тлумачень:

- «*des comités nationaux olympiques (CNO)*» (Національні олімпійські комітети (НОК));
- «*le Comité international olympique (CIO)*» (Міжнародний олімпійський комітет (МОК)).

Основним за функціональним навантаженням мовним явищем у медіатексті ми б назвали протиставлення в такому реченні: «*Le CIO devra choisir : accueillir des athlètes russes ou ukrainiens*» (МОК доведеться обирати, кого вітати – російських чи українських спортсменів). Протиставляють дві національності, що, загалом, і є смисловим ядром новини, аби ще раз наголосити на геополітичному конфлікті.

Також вживаються слова, які є близькими за значенням, як от: «*Russie tue et terrorise*» (Росія вбиває і тероризує); «*une manifestation de violence et*

d'impunité» (прояв насильства і безкарності); «*le début de l'invasion russe de l'Ukraine*» (початок російського **вторгнення**) «*pas soutenu la guerre en Ukraine*» (підтримувати **війну**). Цікаво, що видання не використало евфемізм «*conflit*» (конфлікт), а назвало речі своїми іменами. Таким чином виконується номінативна функція.

Із запозиченої лексики ми помітили грецизми «*olympiques*» (олімпійський), «*signe de violence et d'impunité*» (знак насильства і **безкарності**); латинізми «*organiser*» (організувати), «*visioconférence*» (відеоконференція), англіцизми «*menacé de boycott*» (погрожує **бойкотувати**), «*prétendue neutralité*» (прикритий **нейтралітет**) з метою збагачення лексичного складника тексту, особливо в новинах, де йдеться про події міжнародного значення.

Доречним є використання акронімів на позначення важливих структур, що беруть безпосередню участь у проведенні ОІ та вирішенні питання про участь російської команди. Варто зазначити, що такі найменування можуть бути не відомими реципієнту, тому медійник вдається до влучних тлумачень:

- «*des comités nationaux olympiques (CNO)*» (Національні олімпійські комітети (НОК));
- «*le Comité international olympique (CIO)*» (Міжнародний олімпійський комітет (МОК));

Так реалізовані репрезентативна функція як процес називання і пізнавальна функція як спосіб розширити кругозір реципієнта.

2.4. Еволюція функціонування вербальних засобів у тематично споріднених новинних текстах протягом дворічного періоду.

Від початку повномасштабного вторгнення Росії змінилися суспільні настрої внаслідок емоційних потрясінь, втрат, економічних труднощів та зміни на міжнародній арені, що вплинуло і на зміни того, як медійники подають новини про цю війну два роки потому. Інформаційне висвітлення дій Збройних сил, а також ретельна увага до будь-яких зрушень у питанні територіального контролю, внутрішньої політики (кадрових перестановок, нових політичних лідерів, рішень уряду тощо) істотно впливають на особливості викладу новин, зокрема мовну організацію тексту.

Водночас підтримка західних медіа стикається із серйозними викликами, а глобальна здатність запобігати та вирішувати міждержавні конфлікти в усіх їхніх проявах послаблюється. Якщо говорити про висвітлення російсько-української війни франкомовними ЗМІ, то Арно Мерсьє також відзначає *«une indexation quasi parfaite entre une réduction de l'intensité du feu militaire et de l'intensité de la couverture médiatique»* (майже ідеальну кореляцію між зменшенням інтенсивності військових обстрілів та інтенсивністю висвітлення подій у ЗМІ) [37]. Також частотність створення новин про війну в західноєвропейських ЗМІ зменшилися після спалаху збройного конфлікту між Палестиною та Ізраїлем, який змістив фокус уваги світової спільноти.

Тому ми вирішили порівняти новинні тексти в українських та французьких інтернет-ЗМІ за період 24.02.2022 – 24.02.2022 рр. та 24.02.2024 – 24.02.2024 рр., аби виявити лінгвостилістичні зміни у створенні таких новин, визначити екстралінгвальні чинники, які вплинули на добір мовних засобів та функції, які вони виконують.

Так тема Оі не була настільки актуальною у визначений період 2022 року, але це питання стало гострим у 2024 року, адже Олімпіада відбудеться вже за три місяці. Тому можемо припустити, що висвітлення цієї спортивної події змінилося під впливом екстралінгвальних чинників, «які особливо яскраво проявляється в періоди соціальних зрушень» [29, с. 31]. Новини з рубрики «Спорт» стосувалися переважно реакції різноманітних спортивних організацій, зокрема МОК, на збройну агресію Російської Федерації.

Розглянемо дібрані для аналізу дві публікації, що були оприлюднені одночасно в українсько- та франкомовних медіа «*МОК схвалив заборону на виступи спортсменів з Росії та Білорусі*» (РБК-Україна, 28.02.2022) та «*Le CIO recommande un bannissement des Russes du sport mondial*» (МОК рекомендує відсторонити росіян від світового спорту) (Le Monde, 28.02.2022).

Уже на етапі створення заголовків помітно, що українське інформаційне агентство акцентує і на відстороненні білоруських спортсменів через пряму вказівку на географічну назву країни, тоді як франкомовне видання зміщує площину на росіян як головних ворогів та «*sport mondial*» (світовий спорт), аби наголосити на важливості міжнародної ізоляції РФ. В обох заголовках є аббревіатура на позначення «*Міжнародного олімпійського комітету*»/«*Comité international olympique*» без жодних додаткових пояснень, адже розміщення новини зокрема в спортивній стрічці передбачає фонові знання реципієнтів.

В українському поданні новини ми виокремили такі основні мовні засоби: синоніми для уникнення повторів «*олімпійський рух*» – «*Олімпійські ігри*» – «*міжнародне змагання*» – «*глобальна спортивна подія*», «*міжнародні спортивні федерації*» – «*організатори спортивних заходів*» – «*Виконком МОК*»; евфемізм, щоб назви країн-агресорів не звучали на спортивних майданчиках – «*нейтральні команди*»; професіоналізм, що потребує додаткових роз'яснень через вузьку спеціалізованість нагороди

«МОК також оголосив, що відкликав *Олімпійський орден ... найвищої нагороди олімпійського руху*»; запозичена лексика «дилема», «термін», «глобальний» у цитуваннях з англійської, аби якнайточніше передати суть висловлювання.

У франкомовному тексті домінантними є практично такі ж самі мовні засоби, оскільки автор покликається на ідентичні джерела інформації, але хотілося б виокремити значну кількість лексем зі спортивної галузі, які допомагають чіткіше зрозуміти перебіг подій, що описані: «*équipes nationales*» (національні команди), «*la Coupe du monde*» (Кубок світу), «*nombre de médailles olympiques*» (медальний залік Оі), а також більше згадано й інші світові спортивні організації: «*l'Union internationale de biathlon*» (Міжнародний союз біатлоністів), «*la FIFA, l'instance mondiale du football*» (ФІФА, Всесвітньої федерації футболу).

Зараз же питання участі російських спортсменів є гострішим: усунути команду «Олімпійського комітету Росії» (далі – ОКР) не вдалося. Натомість у новинній стрічці з'являються повідомлення про висловлювання авторитетних спортсменів, безпосередніх очільників міжнародних спортивних організацій та політиків. Наприклад, так само одночасно з'явилися такі новинні тексти: «*Мер Парижа: Спортсменам з РФ та Білорусі не будуть раді в місті під час Олімпіади*» (Європейська правда, 31.03.2024) і «*A Kiev, Anne Hidalgo dit «aux athlètes russes et biélorusses qu'ils ne sont pas les bienvenus » aux Jeux de Paris 2024*» (У Києві Анна Ідальго сказала «російським і білоруським спортсменам не раді» на іграх 2024 року в Парижі) (Le Monde, 31.03.2024). Оскільки в контексті франкомовної преси пані мер Парижа є фігурою більш значущою, тому немає потреби в значенні посади. У цих двох текстах нам вдалося виокремити такі лінгвостилістичні засоби:

- синоніми: «*французька столиця*» – «*Париж*», «*la ville hôte des Jeux olympiques*» (місто, що приймає Оі) – «*Paris*» (Париж),

«*les autorités russes*» (російська влада) – «*une humiliation pour Moscou*» (приниження для *Москви*), що виконують уточнювальну функцію з наданням додаткової інформації про згадану географічну назву, а також з передачею її стилістичних відтінків, що зумовлені позамовними чинниками;

- онім «*homologue de Kiev*» (київський колега, про Віталія Кличка) виконує пізнавальну функцію для франкомовної аудиторії, розкриває важливий суспільно-політичний факт та формує ставлення до відомого власного імені;

- перифраз: «*недружні країни*» (про Росію та Білорусь), що обумовлений негативною конотацією до первинних номінацій;

- евфемізми: «*virulentes passes d'armes entre Moscou et le CIO*» (гострі перепалки між Москвою та МОК), «*personnes à mobilité réduite*» (маломобільних груп населення), щоб уникнути слів, що деестетизують текст;

- галузеву лексику: «*une alerte aérienne*» (повітряна тривога), «*un abri souterrain*» (підземне сховище) – терміни та професіоналізми, актуалізовані під час війни;

- аббревіатури «РФ», «МОК», «ЄС», «НОК», «*athlètes individuels neutres (AIN)*» (індивідуальні нейтральні спортсмени ІНС) », «*JO*» (Оі), «*CIO*» (МОК) є частотними, оскільки їхнє вживання вмотивоване тематикою: сфера спорту передбачає багатокомпонентні назви спортивних організацій та федерацій, змагань, тому їхнє вживання не є проблемою у взаєморозумінні між журналістом та реципієнтом (лише одна із зафіксованих нами аббревіатур двох текстів потребувала додаткового пояснення, адже вторинна номінація з'явилася нещодавно та може бути незнайомою широкій аудиторії). Також три визначені нами аббревіатури є вже загальноновживаними та сприймаються як звичайні слова.

Соціально- та територіально-орієнтована лексика, запозичена лексика, неологізми не зафіксовані, що свідчить про загальноповсюдне лексичне наповнення новинних текстів.

В усіх проаналізованих нами новинах про недопуск російських спортсменів до міжнародних змагань простежуємо контекстуальне протиставлення, як основний лінгвостилістичний засіб, мотивований реальними подіями на території України: «*спортсмен або спортивний чиновник з Росії або Білорусі*» та «*міжнародні спортивні федерації та організаторів спортивних заходів*»; «*l'invasion russe en Ukraine*» (російське вторгнення в Україну) та «*de bannir les Russes et les Biélorusses*» (заборона росіян та білорусів), «*mesure symbolique mais forte*» (**символічний, але сильний захід**), а також протиставлення, які вже є узагальненими, як-от: «*Білорусь/Росія*» та «*Україна*», «*bannir*» – «*concourir*» (забороняти – брати участь) .

Якщо аналізувати істотні зміни в специфіці викладу інформації про участь російських спортсменів у міжнародних змаганнях у різні періоди повномасштабної війни, можемо констатувати сталість протиставлення як основного лінгвостилістичного засобу для виявлення ставлення до перебігу війни. Як і раніше, зараз неологізми, соціально- та територіально-орієнтовану практично не вжито в текстах у жодному із зазначених проміжків часу. 2 роки потому новинні тексти стали частіше звертатися до перифразів та онімів, оскільки виникла потреба переназиванні явищ чи понять для більшого занурення в актуальний суспільно-політичний контекст. Власне, через потребу знайомити широку аудиторію європейської країни з ходом війни, проаналізовані новини є дотичними до рубрики «Міжнародне» та використовують терміни, актуалізовані в Україні воєнними діями, посилення на авторитетні зараз особи як у спорті, так і в політиці, чого ми не помітили в українських виданнях, де новини цієї

тематики з'являються переважно в рубриці «Спорт» та використовують галузеву лексику здебільшого спортивної тематики.

Висновки до Розділу 2

Тож ми окреслили особливості тематики новин та мовні засоби їх реалізації в контексті російсько-української війни 2022-2024 років в українських та зарубіжних медіа, зокрема найпопулярніших франкомовних періодичних виданнях, а також звернути особливу увагу на медійний образ України, зміни, які сталися з ним за останній час, та чинники, які на такі зміни вплинули.

Можемо констатувати активне висвітлення в українських медіа позиції інших держав щодо повномасштабного вторгнення. Ми проаналізували два тексти на тему китайського нейтралітету та виокремили вербальні засоби, що можуть виокремити цей текст із-поміж інших, а також звернули увагу на завдання та функціональний потенціал ужитих мовних одиниць. В обох текстах є запозичена лексика («*une résolution*» – «резолуція», «*le conflit*» – «конфлікт») з метою переконати реципієнта в об'єктивності та достовірності інформації. Також в обох статтях наявні явища антонімії та синонімії. В усіх новинах є протиставлення «Росія-Україна», «війна-мир», але інколи автори використовують і контекстуальні антоніми, як-от: «*modérateur-soutien*» (модератор – прихильник). Синонімічні ряди застосовано здебільшого до ключових загальних назв із високою частотністю вживання, аби уникнути повторів. До топоніма «Китай» ужито оніми з метою представити назву країни через різні відтінки загальної назви. Здебільшого в цьому ми бачили гіперболізацію та підкреслення особливого ставлення до цієї держави. Специфічної лексики, що притаманна тільки певним групам мовців ми не виявили.

Також ми розглянули тексти спортивно-політичної теми та проаналізували ті з них, у яких висвітлено новини щодо участі російських спортсменів в Олімпійських іграх у Парижі 2024 року. Встановлено, що основними мовними засобами є антоніми та синоніми, щоб реалізувати номінативну та інформаційну функції мови, а також функцію впливу. Явище синонімії найчастіше застосовувалося до власних назв (назв країн та установ-організаторі Оі) із уживанням, зокрема й аббревіатур. Запозичена лексика також є доволі активною у вжитку авторами, оскільки новина має міжнародне значення, а слова іншомовного походження можуть підкреслити важливість інтернаціонального діалогу. Особливо різноманітною на запозичення виявилася франкомовна стаття. І в українському медіатексті, і у французькому вжито такі лексеми: *«олімпійський»*, *«комітет»*, *«бойкот»* і *подібні*. Перифраз наявний у першому тексті, але в другій статті явища називаються без «маскування». Також ми помітили значну кількість топонімів країн-партнерів України в обидвох текстах: *«Великобританія»*, *«Польща»*, *«США»*, *«Франція»*.

Цікавим є те, що в жодній із зазначених статей не вжито неологізмів (які загалом допускаються новинних текстах) та інших новотворів, перевагу надано запозиченій лексиці, що є вже відомою для реципієнта.

Якщо ж говорити про еволюцію функціонування мовних засобів у новинних текстах від початку повномасштабного вторгнення і до сьогодні, можна простежуємо зниження частотності публікацій про війну в західноєвропейських ЗМІ через зміщений фокус уваги та звернення погляду української преси і на дотичні до воєнної тематики суспільні події. Тема Олімпіади стала актуальнішою в 2024 році через наближення змагань. Наповнення новинних текстів про заборону російським та білоруським спортсменам брати участь в Оі вирізняються активним застосуванням синонімів, перифразів та евфемізмів, оскільки висвітлювальна тема є вразливою і для світової спільноти, і для українців. Не так часто

використано термінологічну та професійну лексику, що підтверджує спрямування новинних медійних текстів на максимально велике коло реципієнтів.

ВИСНОВКИ

У бакалаврській роботі акцентовано на важливості висвітлення актуальних новин у медіа. Новинні повідомлення справді займають вагоме місце в житті людини та впливають на формування світогляду та обізнаності щодо актуальних подій. Нами розглянуто підходи до визначення поняття «новинний текст» та описано характерні особливості жанру новин. Ми ознайомилися з поглядами різних дослідників у питанні класифікації різновидів новинних текстів відповідно до визначених критеріїв. На жаль, науковці так і не дійшли до єдиної думки щодо критеріїв диференціації новинних текстів. Для себе ми визначили критерій тематики новинних текстів як формотворчий складник жанрової системи новин.

Також у роботі розглянуто найважливіші аспекти медійного середовища новинних текстів, що зазнали змін після повномасштабного вторгнення. Велику увагу приділено зростанню значення інтернет-ЗМІ в сучасному інформаційному просторі, а також їхній ролі в умовах воєнного конфлікту.

Систематизовано мовні одиниці відповідно до лексико-семантичного рівня мови та визначено ті функції, що можуть реалізовуватися використанням досліджуваних мовних засобів. Таким чином ми з'ясували, що специфічна лексика не є притаманною новинним текстам через обмежену сферу вживання. Вузькоспеціалізовану лексика може бути введена в контекст, але потребує додаткових пояснень автора. Неологізми, варваризми та okazіональні утворення трапляються в новинних текстах, але не бувають основними засобами вербальної комунікації. Часто вживаними є слова іншомовного походження, аббревіатури, перифрази та евфемізми, оніми, синоніми та антоніми.

У практичній частині роботи розглянуто особливості висвітлення теми новин, пов'язаних із російсько-українською війною 2022-2023 років, в

українських та світових медіа, зокрема в найпопулярніших франкомовних періодичних виданнях. Особлива увага була приділена медійному образу України, змінам, що сталися з ним за останній час, а також чинникам, що вплинули на такі зміни. Ми дійшли висновку, що образ України у франкомовній пресі є позитивним, саме завдяки часовим трансформаціям та використанню доречних мовних засобів.

Також було проаналізовано новини про міжнародну підтримку України в українському виданні «Українська правда» та франкомовному RFI. Ми виявили, що обидва тексти про китайський нейтралітет містять вербальні засоби для передачі інформації з метою реалізації подібних мовних функцій. У цих текстах використано антоніми та синоніми, що підкреслюють особливе ставлення до Китаю та його місце в сучасному світі. Франкомовні тексти є багатими на оніми щодо назви зазначеної країни, що розкриває різні характеристики та специфіку об'єкта. У текстах є запозичена лексика, що підсилює об'єктивність та достовірність інформації. Таке саме завдання реалізовано й за допомогою аббревіатур із додатковими поясненнями та загальнонаукові термінів із галузі міжнародної політики.

Окремо розглянуто новинні тексти, що містять інформацію про недопуск російської команди до участі в Олімпіаді 2024 року. В аналізованих текстах спостерігаємо виразне протиставлення двох країн, що перебувають у стані війни, а також позиції української влади та організаторів Оі. Часто автори новинних текстів звертаються до перифразів та евфемізмів, адже автори намагаються замаскувати емоції української сторони, коли йдеться про злочини, скоєні Росією. Синонімічні ряди є різноманітними, тому тексти показують нові відтінки понять та явищ, а також увиразнюють виклад інформації. Встановлено реалізацію невластивої жанру новин експресивної функції, що передає ставлення автора статті щодо того, про що він пише. Також у цих текстах є слова

іншомовного походження, що особливо актуально для обраної теми, оскільки в статтях згадувалися інші країни. Помітним було вживання загальнонаукової лексики та аббревіацій, які доповнювалися роз'ясненнями автора.

Проаналізувавши достатню кількість новинних текстів українського та французького медіаландшафтів, ми впевнилися, що франкомовні новини використовують більше мовних засобів, що набувають необхідного функціонального значення тільки в певному контексті. Також активним було вживання онімів та слів іншомовного походження. Утім, українські новинні тексти оригінальні на новотвори, що спричинено фактором суспільного потрясіння та потреби називати або переназивати явища, предмети на поняття.

Тему спорту ми продовжили і в дослідженні еволюційних процесів новинних текстів за час повномасштабної війни. Варто відзначити, що 2 роки потому новини все ще будуються на основі протиставлень, що зумовлено і фактичним веденням війни, і протистоянням дипломатичним у сфері спорту. Натомість, у медійних текстах аналізованої тематики більш уживаними стали цитати та покликання на офіційні джерела.

Отже, новинним текстам властиві загальноновживані мовні засоби, які не суперечать чинним нормам, щоб забезпечити об'єктивність та точність викладу. Виявлено лише окремі випадки вживання розмовної лексики, військової професійної лексики та галузевих термінів, що актуалізувалися за час війни. Наш аналіз засвідчив, що новинні тексти, написані різними мовами, є наближеними за лексичним складом та іншими мовними особливостями, оскільки одна тематика передбачає застосування подібних вербальних засобів для реалізації одних і тих самих функцій мови.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баришполец О. Т. Український словник медіакультури : словник. Київ: Міленіум, 2014. 196 с.
2. Бобаль Н. Р. Тексти ЗМІ: структура та зміст поняття. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Сер : Філологія. 2012. Вип. 30. С. 234-235.
3. Булах М. Б. Психолінгвістична аспектологія аналізу перифраз у медіа. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2015. Вип. 31. С. 62-63.
4. Вербич С. О. Сучасна українська онімна лексика: функціональний аспект. *Вісник НАН України*. 2008. Вип. 5. С. 54-60.
5. Війна в новинах. Що і з яких джерел про воєнні дії сповіщають медіа України. *Інститут масової інформації: журналістський аналітичний центр*, вебсайт. URL: <http://surl.li/tyuav> (дата звернення: 15.05.2024)
6. Голік О. В. Жанрова система друкованих ЗМІ: новітні підходи до класифікації та перспективи розвитку. *Стиль і текст*. 2008. Вип. 6. С. 35-40.
7. Гриценко С. П. Мовні інновації російсько-української війни 2022 року. *Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика*. 2022. Вип. 2 (32). С. 11.
8. Дащенко Н. Л. Мовні засоби експресії в повідомленнях про хід російсько-української війни. *Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві*. Збірник матеріалів V Міжнар.наук.-практ. конф. до 31-ї річниці Незалежності України. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. С. 34-36.
9. Дергач Д. В. Лінгвостилістика нових інформаційних жанрів у сучасних мас-медіа. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2015. Вип. 30. С. 45-53.

10. Жугай В. Й. Висвітлення російсько-української війни 2022 року у ЗМІ. *Національний університет «Одеська юридична академія»*: матеріали Міжнар.наук.-практ. конф. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2022. С. 847-851.
11. Карпенко Ю. О. Сучасна українська мова: навч. посіб. Київ: ВЦ «Академія», 2006. 334 с.
12. Колоїз Ж.В. Основні підходи до визначення лінгвістичного статусу неологізму. *Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. Сер. Філологічні студії*. 2008. Вип. 1. С. 27-36.
13. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства: підр. для вищ. навч. закл. Київ: ВЦ «Академія», 2001. 388 с. (Альма-матер).
14. Лінгвістична іміджологія: словник термінів і понять / Л. І. Шевченко та ін. Київ: Ліра-К, 2023. 127 с.
15. Мацько Л. І., Кравець Л. В. Культура української фахової мови: навч. посіб. Київ: ВЦ «Академія», 2007. 360 с. (Альма-матер)
16. Медіатекст у сучасному комунікативному дискурсі : зб. тез наук.-практ. конф. / Прив. заклад вищ. осв. «Міжнар. клас. ун-т ім. П. Орлика». Миколаїв, 2020. 80 с.
17. Мельник Є.Ю. Французька мова та концепція франкофонії у сучасному світі. *Національний авіаційний університет*. 2020. Т. 4. С. 69-79.
18. Муромцева О.Г. Розвиток лексики української літературної мови в другій половині XIX – на поч. XX ст. *Вища школа*. 1985. С. 11.
19. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики: навч. посіб. Київ: Національний авіаційний університет, 2009. 124 с.
20. Нечипоренко А. Ф. Мова ЗМІ та її вплив на формування культури мовлення. *Science and Education a New Dimension. Сер. Філологія*. 2017. Вип. 32. С. 27-36.

21. Павлова О. І. Терміни, професіоналізми і номенклатурні знаки (до проблеми класифікації спеціальної лексики). *Видавництво Львівської політехніки. Сер. Філологія*. 2008. Вип. 620. С. 49-54.
22. Парахонський Б. О., Яворська Г. М. *Онтологія війни і миру: безпека, стратегія, смисл* : монографія. Київ : НІСД, 2019. 560 с.
23. Пашковська Н. Ф. Синонімічний ряд як мовна мікросистема. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2008. Вип. 15. С. 158-165.
24. Ротон Н. Р. Структурно-функціональні особливості текстів засобів масової комунікації. *Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах*. 2017. Вип. 36. С. 56-61
25. Семида О. В. Україніка у французькому медійному дискурсі: лінгвопрагматичний та когнітивний аспекти: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к. філ. наук: 10.02.05. Київ, 2008. 18 с.
26. Сизонов Д.Ю. Методи лінгвістичного дослідження медіатексту: до проблеми наукової інтерпретації. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2015. Вип. 30. С. 53-62
27. Тараненко О. В. Долання евфемізації в «мові війни» українського медійного та політичного дискурсу. *Донецький національний університет імені Василя Стуса (м. Вінниця)*. 2017. Вип. 1. С. 148-153.
28. Тимошик М. С. Стандарти журналістики: поняття, генеза, зміст, практика. *Український інформаційний простір*. 2022. Число 9. С. 30-53.
29. Турчак О. М. Екстралінгвальні та інтралінгвальні чинники виникнення okazіоналізмів у мові періодики кінця ХХ століття. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету*. 2014. Випуск 4. С. 31.

- 30.Тяпкіна Н. І. Інформативність журналістських текстів. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Сер. Філологія. Соціальні комунікації*. 2013. Том 26 (65). С.91-95.
- 31.Українські медіа, ставлення та довіра у 2022 р. *Usaid- Internews*: опитування щодо споживання медіа. URL: <http://surl.li/tyduc> (дата звернення 14.04.2024).
- 32.Шаповалова Г. В. Лексико-стилістичні та фразеологічні засоби інтелектуалізації журналістського мовлення. *Науковий вісник Ужгородського університету. Сер: Філологія*. 2018. Вип. 2 (40). С. 43-44.
- 33.Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика : словник термінів і понять. Київ, 2014. 129-130 с.
- 34.Шийка С. В. Жанрові особливості інформаційної журналістики. *Український інформаційний простір*. 2022. Вип. 1(9). С. 147–160.
- 35.Cognat C. et Viailly F. *Les rubriques du journalisme: manuel*. Grenoble, 2012. 137 p.
- 36.Dictionnaire de l'Académie française, 9e édition : вебсайт. URL: <https://www.dictionnaire-academie.fr/> (дата звернення: 15.04. 2024).
- 37.Deux ans après l'invasion russe en Ukraine, que retenir de la médiatisation de la guerre ? *La revue des médias*: site web. URL: <http://surl.li/tsdss> (дата звернення: 15.05.2024).
38. La presse en France — Faits et chiffres. *Statista*: результати статистичного дослідження. URL: <http://surl.li/tyayx> (дата звернення: 12.04.2024).
- 39.Teisseire L. Place et rôle des médias dans les conflits. *Revue internationale et stratégique*. 2010. Vol. 78. P. 93-95.
- 40.Tkachenko, O. H., Sydorenko, O. P., Melnikova, I. O., Myronets, N. R., & Smus, A. H. The media image of Ukraine: An European view. *Linguistics and Culture Review*. Vol. 5. P. 203-217.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Контакт з Олімпійських іграх: НОК та Мінспорту України розробили специфічні рекомендації. *Україна молода*: щоденна газета. URL: <https://umoloda.kyiv.ua/number/0/2006/183007> (дата звернення: 17.05.2024).
2. Зеленський не вірить у можливість перемир'я на фронті під час Олімпіади. *hromadske*: інтернет-видання. URL: <http://surl.li/tyuypp> (дата звернення 17.05.2024).
3. Зеленський: подвиг «кіборгів» довів – українців не зламати. *Укрінформ*: онлайн-сторінка Українського національного інформаційного агентства. URL: <http://surl.li/tyysk> (дата звернення: 19.05.2024).
4. На Київщині орки знищили продовольчі склади . *Україна молода*: щоденна газета. URL: <https://umoloda.kyiv.ua/number/0/2006/165203> (дата звернення: 19.05.2024).
5. Рашисти настільки «довоювались» за Херсон, що їм зараз Крим майже нема ким «захищати». *Defense express*: інформаційно-консалтингова компанія. URL: <http://surl.li/tyyua> (дата звернення 20.05.2024).
6. Guerre en Ukraine : près de Bakhmout, de nouvelles tranchées sont creusées en cas de repli. *Sud Ouest*: щоденна французька газета. URL: <http://surl.li/tyzsa> (дата звернення: 20.05.2024).
7. Рашисти атакували Середина-Будську мерію дронами: сталася пожежа. *SumyToday*: інформаційний портал. URL: <http://surl.li/tyzfn> (дата звернення: 21.05.2024).
8. Московія розграбувала музей-заповідник «Херсонес Таврійський» у Криму. *NewsUA*: новинний сайт. URL: <http://surl.li/hmjpk> (дата звернення: 20.05.2024).

9. У ГУР розповіли, скільки «Калібрів», «Кинджалів» і Х-101 може виготовляти Росія за місяць. *Obozrevatel*: інтернет-видання. URL: <http://surl.li/hmjprq> (дата звернення: 22.05.2024).
10. Ukraine : la ville de Kiev encore visée par des frappes russes. *L'Express*: щотижневий журнал новин. URL: <http://surl.li/hmjti> (дата звернення: 22.05.2024).
11. Divergences occidentales sur une adhésion de l'Ukraine à l'OTAN. . *Le Monde*: щоденна газета. URL: <http://surl.li/tzfm0> (дата звернення: 25.05.2024).
12. Путлер погрожує вгатити ракетами «туди, куди ще не бив» розгнівавшись на поставки зброї Україні. *Україна молода*: щоденна газета. URL: <http://surl.li/hmkes> (дата звернення: 23.05.2024).
13. Вимушена ротація окремих підрозділів, – Маломуж про виведення ПВК «Вагнер» із Бахмута. *Freedom*: мультимедійна платформа іномовлення. URL: <http://surl.li/hmkhr> (дата звернення: 20.05.2024);
14. Росіяни скинули на Бахмут фосфорні бомби – ССО. *Слово і діло*: аналітичний портал. URL: <http://surl.li/hmkir> (дата звернення: 21.05.2024).
15. Дав добро: російський «цар» балотуватиметься на «виборах» 2024 року. *Україна молода*: щоденна газета. URL: <https://umoloda.kyiv.ua/number/0/2006/180064> (дата звернення: 10.03.2024).
16. Guerre en Ukraine : Poutine ou l'éternel chantage à la terreur nucléaire. *Le Parisien*: онлайн-версія щоденної газети. URL: <http://surl.li/tzpsc> (дата звернення: 10.03.2024).
17. Окупанти обстріляли з «Градів» Запорізьку область, є загиблий. *Слово і діло*: аналітичний портал. URL: <http://surl.li/tyzkj> (дата звернення: 22.05.2023).

18. Китай пропонує залишити окуповані території України загарбнику, – The Wall Street Journal. *Український тиждень*: щотижневий журнал. URL: <http://surl.li/hmjoz> (дата звернення: 27.05.2024).
19. «Кат-миротворець»: «Схеми» допомогли ідентифікувати військового з Росії, який знущався над селянами. *Радіо Свобода*: інтернет-видання. URL: <http://surl.li/tyumc> (дата звернення 23.03.2024).
20. La France va à nouveau produire de la poudre pour obus d'artillerie. *Le figaro*: щоденна газета. URL: <http://surl.li/tklkg> (дата звернення: 25.05.2024).
21. Окупанти вдарили по Україні у ніч Трійці: скільки ракет і «Шахедів» вдалося збити. *24 канал*: інтернет-ЗМІ телеканалу новин. URL: https://24tv.ua/okupanti-vdarili-po-ukrayini-nich-triytsi-skilki-raket-shahediv_n2327570 (дата звернення: 25.05.2024).
22. Сирський та Умеров поїхали на «передок»: які важливі рішення ухвалено. *Уніан*: інформаційна агенція. UPD: <http://surl.li/tyzwe> (дата звернення: 23.05.2024).
23. Volodymyr Zelensky et Emmanuel Macron vont signer un accord bilatéral de sécurité à Paris vendredi. *Le Monde*: щоденна газета. URL: <http://surl.li/tkbmn> (дата звернення: 05.03.2024).
24. Les États-Unis accusent la Russie d'avoir usé d'un agent chimique en Ukraine. *Le Parisien*: онлайн-версія щоденної газети. URL: <http://surl.li/tkkma> (звернення: 02.05.2024).
25. Ukraine: l'appel à reconnaître Donetsk et Lougansk, un joker russe. *Le figaro*: щоденна газета. URL: <http://surl.li/hmkkk> (дата звернення: 27.05.2024).
26. Volodymyr Zelensky, en visite à l'Élysée, obtient des blindés et des chars légers. *Le Monde*: щоденна газета. URL: <http://surl.li/hmkyo> (дата звернення: 02.05.2043).

27. Guerre en Ukraine: la Russie attaque avec ses missiles hypersoniques. *Le figaro*: щоденна газета. URL: <http://surl.li/hmkvf> (дата звернення: 27.05.2024).
28. Україна намагається покращити відносини з Китаєм, але комунікація дуже складна – МЗС. *Українська правда*: інтернет-ЗМІ. URL: <http://surl.li/hkonb> (дата звернення: 22.05.2024).
29. Guerre en Ukraine: la Chine, nouveau théâtre d'un intense ballet diplomatique. *Radio France internationale*: вебсторінка міжнародного радіо. URL: <http://surl.li/hkomz> (дата звернення: 26.05.2024).
30. Зеленський: Якби олімпійськими видами спорту були вбивства і ракетні удари, перше місце взяла б росія. *Укрінформ*: онлайн-сторінка Українського національного інформаційного агентства. URL: <http://surl.li/hkomh> (дата звернення: 25.05.2024).
31. Paris 2024 : pour Zelensky, il faudra choisir entre les athlètes russes ou ukrainiens mais pas les deux. *Le Parisien*: онлайн-версія щоденної газети. URL: <http://surl.li/hkolw> (дата звернення: 26.05.2024).
32. МОК схвалив заборону на виступи спортсменів з Росії та Білорусі. *РБК-Україна*: інформаційне агентство. URL: <http://surl.li/tzabl> (дата звернення: 25.05.2024).
33. Le CIO recommande un bannissement des Russes du sport mondial. *Le Monde*: щоденна газета. URL: <http://surl.li/tzacx> (дата звернення: 25.05.2024).
34. Мер Парижа: Спортсменам з РФ та Білорусі не будуть раді в місті під час Олімпіади. *Європейська правда*: онлайн-видання. URL: <http://surl.li/tzapm> (дата звернення: 27.05.2024).
35. A Kiev, Anne Hidalgo dit «aux athlètes russes et biélorusses qu'ils ne sont pas les bienvenus» aux Jeux de Paris 2024. *Le Monde*: щоденна газета. URL: <http://surl.li/tzaqw> (дата звернення: 27.05.2024).