

4. Яремчук І. М. Німецькомовна притча: лінгвостилістичний та прагматичний аспекти: дис. ... на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / І. М. Яремчук. – Львів, 2013. – 286 с.

5. Riesel E. Deutsche Stilistik / E. Riesel, E. Schendels : [учеб. для студентов ин-тов и ф-тов иностр. языков] – М. : Высшая школа, 1975. – 315 с.

УДК 81'42:355.422.2:316.774

К. В. Татаренко,

Військовий інститут Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ

ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ВІЙСЬКОВОГО ДИСКУРСУ (НА ПРИКЛАДІ АТО) У ЗМІ

Автор статті погоджується, що останнім часом у науці про мас-медіа все відчутніше зазнає змін усталене в ХХ столітті уявлення про ЗМІ як про четверту владу. Без висвітлення у мас-медіа будь-яка подія нині залишається тільки річчю-в-собі і лиш оприлюднена у ЗМІ вона перетворюється на спадок суспільства в цілому, таким чином дискурс ЗМІ виконує важливу функцію, утворюючи сучасну картину світу. Матеріалами, використаними у статті стали статті, присвячені висвітленню особливостей дискурсу ЗМІ, матеріалами практичної частини дослідження слугували електронні інтернет-ресурси новин «ВестиРУ», «ІноСМІ», «Корреспондент», «НьюсТаймс», «Свободна-Пресса», «Сі-Ен-Ен», «Українформ», «ЦензорНет», «Яндекс Новини 24», «Яндекс Новини». Поняття військового дискурсу у ЗМІ автор розглядає за принципом розмежування «ми-груп» і «вони-груп» (свої – чужі; наші – вороги; державні сили (у нашому випадку, це сили АТО) – повстанці, бойовики). Проаналізовані та визначені лінгвістичні особливості висвітлення АТО можна використати для удосконалення системи висвітлення новин українськими ЗМІ та формування громадської думки, і таким чином врегулювання настроїв населення. Матеріали даного дослідження можуть використовуватись для формування позитивного іміджу Збройних сил України.

Ключові слова: лінгвістичні особливості, військовий дискурс, АТО, ЗМІ, маніпуляція, збройний конфлікт.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВОЕННОГО ДИСКУРСА (НА ПРИМЕРЕ АТО) В СМИ

Автор статьи поддерживает мнение, что в последнее время в науке о СМИ распространено укоренившееся в ХХ веке представление о СМИ как о четвертой власти. Без освещения в масс-медиа любое событие в настоящее время остается только вещью-в-себе и лишь будучи обнародовано в СМИ оно переходит в наследство всего общества, таким образом дискурс СМИ выполняет важную функцию, строя современную картину мира. Одной из основных функций СМИ, вместе с информативной, является функция влияния и убеждения. Беспрекословной на сегодня есть способность слова влиять на целевую аудиторию, но этим не ограничивается. Основное задание слова заключается в том, чтобы изменить с помощью слова поведение или мнение граждан, создать новое мировоззрение, сформировать новые убеждения. В ходе исследования автор также исследовала лингвистический аспект отбора лексики для описания определенных конкретных событий и пришла к выводу, что он лежит в основе дискурсивного создания и внедрения в сознание читателей стереотипов и предубеждений.

Ключевые слова: лингвистические особенности, военный дискурс, АТО, СМИ, манипуляция, вооруженный конфликт.

LINGUISTIC PECULIARITIES OF MILITARY DISCOURSE (FOR EXAMPLE CONCERNING ATO) IN MASS MEDIA

This article focuses on various aspects of translation analysis, linguistic peculiarities of translation of texts in mass media. Our research emphasizes on the peculiarities of translation of the linguistic manipulation phenomenon during armed conflicts. The key subject of this article is the pending military conflict in the Eastern part of Ukraine described in Ukrainian and international mass media. It is therefore also an interesting area of study to see how certain conflict is projected in the media and how the image of the conflict is constructed – an image that in the end can affect the individuals taking part of the information. A big part of the conflict has taken place in the media, where the cause of the Conflict isn't really clear and the different actors involved claims that different things have happened in the Eastern part of Ukraine. The purpose of this study is to conduct a comprehensive analysis of linguistic peculiarities of representing ATO in the Eastern part of Ukraine in different mass media during the period from November 2014 till February 2015. The rhetoric that has been seen in the media could also help point to an emergence of separate discourses. The rhetoric could in that case also be seen as different views of the reality and also different ways to influence the consumers of that information. How these different realities are being expressed in the media can therefore be an interesting area of study. The split causes the bad side to be associated with certain mental representations of bad and the good with the equivalent of good representations. This helps the individual to cope with contradictions within the self. These contradictions is build upon the image that the world is shared in to a «us» and a «them» who is good or bad.

Key words: linguistic peculiarities, military discourse, ATO, mass media, manipulation, armed conflict.

Останнім часом у науці про мас-медіа все відчутніше зазнає змін усталене в ХХ столітті уявлення про ЗМІ як про четверту владу. Без висвітлення у мас-медіа будь-яка подія нині залишається тільки річчю-в-собі і лиш оприлюднена у ЗМІ вона перетворюється на спадок суспільства в цілому, таким чином дискурс ЗМІ виконує важливу функцію, утворюючи сучасну картину світу.

Взагалі ЗМІ: телебачення, радіо, агентства новин, електронна та друкована періодика, блоги та інші джерела інформації в мережі інтернет, – мають кожен свої власні особливості, тому, щоб не розпорозуватись, обов'язково треба більш вузько поставити перед собою конкретне завдання. Військовий дискурс у ЗМІ ми розглядаємо за принципом розмежування «ми-груп» і «вони-груп» (свої – чужі; наші – вороги; державні сили (у нашому випадку, це сили АТО) – повстанці, бойовики). При цьому важливу роль відіграє той факт, що ЗМІ здатні створювати і підтримувати негативний імідж «вони-груп» і позитивний імідж «ми-груп». Особливі можливості для розвитку навичок перекладознавчого аналізу надає мережа Інтернет, що забезпечує доступ до практично безмежних текстових, візуальних, аудіо- та аудіовізуальних ресурсів. Отож, різноманітні електронні ЗМІ: українські, американські та російські. Їх у світі безліч. Особливості вживаної мови у них будуть залежати від великої кількості різноманітних факторів: країни, політичної та економічної ситуації у цій країні та у світі, тощо. Оскільки нас цікавлять лінгвістичні особливості перекладу іноземних ЗМІ або висвітлення нашими ЗМІ подій АТО, бажано використати як джерело двомовні електронні ресурси новин. Найпоширенішими є наступні електронні ресурси

новин: «ВестиRU», «ІноСМІ», «Корреспондент», «НьюсТаймс», «СвободнаяПресса», «Сі-Ен-Ен», «Укрінформ», «ЦензорНет», «Яндекс Новини 24», «Яндекс Новини». Вони всі мають сайти, що полегшує пошук необхідної нам інформації.

Однією з основних функцій мови, разом з інформативною, постає функція впливу та переконання. Беззаперечною на сьогодні є здатність слова впливати на цільову аудиторію, але його примус цим не обмежується. Основне завдання слова полягає у тому, щоб змінити за допомогою мовлення поведінку чи думку громадян, створити новий світогляд, сформувавши нові переконання. Тож, у ході дослідження автором було виявлено та проаналізовано лінгвістичні прийоми маніпуляції громадською думкою у ЗМІ різних країн: України, США та Росії. Основна увага приділяється інтерпретації й опису маніпуляції як лінгвістичного феномена у військовому дискурсі ЗМІ. Наше дослідження дає змогу мовознавцям подивитися на вивчення мови під іншим кутом, а саме: вивчати лінгвістику не як результат історичних, економічних, соціальних процесів у суспільстві, а як спонукальний чинник, а мовлення кваліфікувати як процес формування суспільної думки та поведінки.

Цілком зрозуміло, що аспекти висвітлення АТО охоплюють той факт, що різні ЗМІ висвітлюють найрізноманітніші події, іноді про щось взагалі замовчують, а про щось інше йдеться майже у кожному повідомленні. Проте, що стосується лінгвістичних особливостей висвітлення теми АТО у ЗМІ, то вони полягають у тому, що висвітлення навіть однієї і тої самої події можна подати у ЗМІ по-різному. Кожне слово, кожна граматична структура так чи так впливають на свідомість людини, викликають певну реакцію, спонукають до певних дій чи висновків. Так би мовити, подати інформацію під іншим кутом. Розглянувши тему повідомлення з українських ЗМІ «Найманці проводять перегрупування і готуються до боїв – АТО», тут використано слова «найманці». Коли ми читаємо саме повідомлення, бачимо наступне «російсько-терористичні війська проводять перегрупування й активно готуються до бойових дій», це приклад висвітлення подій українськими ЗМІ. І зовсім не дивно, що використання слів «терористичні війська» викликає у українського читача негативні емоції. Якщо ж спробувати висвітлити подію більш нейтрально, вона могла б прозвучати наступним чином: «За оперативними даними, противник проводить перегрупування військ і активно готується до нових бойових дій», – йдеться у повідомленні.

Як висновок, можна впевнено стверджувати, що «терористи», «сепаратисти», «бойовики» та «найманці» у українських ЗМІ – це ті самі групи озброєних людей, яких у російських ЗМІ називають «повстанцями» та час від часу також «бойовиками». До речі, у американських ЗМІ ці групи хоч і не називають «терористами», проте їх дії висвітлюють як дії «сепаратистів». У якості наочного прикладу наведемо наступний фрагмент: «This small transport hub in eastern Ukraine has become a focus for bitter violence between *Ukrainian military* and *pro-Russian separatists* following a ceasefire agreement four days ago that has faltered. Most of Ukraine's armed forces have been pulled out of the strategic railroad town following weeks of fierce gun battles and street fights, according to its military, while one *rebel leader* claimed that *separatists* had taken over 80% of the town. *Separatists* also claimed to have 60 Ukrainian prisoners of war, although CNN cannot independently verify those claims» [39]. Як ми бачимо, слова по-різному впливають на формування думки людини, яка читає текст повідомлення, таким чином вони, начебто, і мають один і той самий денотат, проте в них різне конотативне значення.

У ході дослідження автор також дослідила **лінгвістичний аспект відбору лексики для опису певних конкретних подій** і дійшла висновку, що він лежить в основі дискурсивного створення і впровадження у свідомість читачів стереотипів та забобонів. Так, будь-яка згадка у ЗМІ США про тероризм викличе наступну асоціацію: терорист – обов'язково означає араб (ЗМІ США навряд чи приклеять такий ярлик до американця). На нашу думку, саме тому ми бачимо чіткі відмінності у висвітленні подій АТО українськими та американськими ЗМІ. У наших вітчизняних ЗМІ журналісти, пишучи статті про новини з фронту АТО, та перекладачі, що перекладають статті іноземних ЗМІ про АТО, використовують багато синонімів на позначення «проросійських військ», що ведуть бойові дії на сході України. Серед цих синонімів наявні не тільки слова «бойовики», «російські найманці», «повстанці», «сепаратисти» і т.п., а й термін «терористи» також досить часто зустрічається у українських ЗМІ. Проте, на відміну від наших новин, у американських ЗМІ ми бачимо, що «проросійські війська» так і називають «проросійськими військами» або «сепаратистами», проте у ході нашого дослідження у американських ЗМІ нам ще жодного разу не зустрілося слово «терорист» на позначення «проросійських військ», залучених до конфлікту на сході нашої країни. Це цілком пояснюється тим фактом, що у типового американця термін «терорист» викликати зовсім інше конотативне значення ніж в українця: для нас це обов'язково має бути араб, проте у свідомості американців термін «терорист» частіше асоціюється саме з арабами та проблемами ісламу, зокрема діями екстремістів та радикальних ісламістів. Цей стереотип був давно сформований американськими ЗМІ у свідомості населення у рамках загальної програми по спрощенню маніпуляції свідомістю американців, і періодично використовувався медіамагнатами за необхідності. Цей **стереотип** (точніше це навіть упередження) може працювати і навпаки: усі араби – терористи. А це вже досить чіткий негативний вплив на свідомість широкого кола аудиторії.

Механізми лінгвістичного впливу не однакові, кожний з них специфічний і вживається за певних умов. Ґрунтовно дослідивши тонкощі висвітлення подій АТО у військовому дискурсі ЗМІ, ми пропонуємо наступний перелік характерних лінгвістичних особливостей висвітлення теми АТО у ЗМІ:

1. Важливість тем (заголовків) повідомлень та статей ЗМІ (багато-хто не читає новини далі заголовка статті);
2. Впливовий характер речення або невеликої анотації до ключової статті (певне коло читачів новин прочитають назву статті та ще й коротеньку анотацію до неї);
3. Вплив загального тексту повідомлень на сприйняття окремих новин, що відрізняються від більшості (у загальному контексті «негативних» повідомлень окремі «позитивні» втрачають свою силу);
4. Використання художніх засобів під час висвітлення подій чи новин (таких, як оксиморон, порівняння, протиставлення, алюзії, тощо.);
5. Надзвичайний вплив фактору підбору «правильного» (або коректного) синоніму під час здійснення перекладу іноземних ЗМІ (заради досягнення найбільш адекватного перекладу);
6. Важливість врахування не тільки денотату, а й усіх ймовірних конотативних значень слова (як наприклад, із терміном «терорист», який зовсім по-різному зрозуміють українець та американець);
7. Потреба врахування країнознавчого аспекту під час перекладу новин іноземних ЗМІ;
8. Врахування ролі пасивного чи активного стану у речення (сприяє чіткому розрізненню аудиторією суб'єкта та об'єкта дії, винуватця та жертви);
9. Використання цитат відомих діячів і не тільки (додає авторитетності ідеям);
10. Використання закоренілих лінгвістичних стереотипів (з метою здобути бажаний та чітко передбачуваний ефект та вплив на аудиторію);
11. Використання лексичних обмежувачів (для вираження впевненості чи невпевненості, а також для «зняття» відповідальності за виражену думку чи констатування ймовірно хибних фактів);

12. Дотримання когерентності, послідовності у викладенні новин (сприяє кращому розумінню та засвоєнню інформації, це як системність академічних знань);

13. Застосування прийому уточнення під час висвітлення новин (здебільшого поширено використовується саме прийом дедукції);

14. Важливість врахування параграфічних чинників (назва рубрики (наприклад, Special Report, News Special, Russia in Turmoil, Ukraine in Conflict та ін.), розмір та колір шрифту також можуть погіршити чи покращити сприйняття нової інформації цільовою аудиторією).

Для наочності результат роботи по дослідженню лінгвістичних особливостей висвітлення теми АТО у ЗМІ надається у вигляді таблиці (Таблиця 1).

Таблиця 1. Лінгвістичні особливості висвітлення АТО у ЗМІ

№	Лінгвістична особливість	Примітки
1.	Важливість тем (заголовків) повідомлень та статей ЗМІ.	Багато-хто не читає новини далі заголовка статті, тож назва статті матиме ключове значення: вона може зацікавити читача і спонукає його до ознайомлення із деталями або ж ні.
2.	Впливовий характер речення або невеликої анотації до ключової статті.	Певне коло читачів новин прочитають назву статті та ще й коротеньку анотацію до неї.
3.	Вплив загального тексту повідомлень на сприйняття окремих новин, що відрізняються від більшості.	У загальному контексті «негативних» повідомлень окремі «позитивні» втрачають свою силу. Під час аналізу статей ЗМІ у нашій роботі ми погоджуємось із думкою, що «негативні теми негативно впливають на свідомість реципієнтів» [4, с. 4].
4.	Використання художніх засобів під час висвітлення подій чи новин.	Використання таких художніх засобів, як оксиморон, порівняння, протиставлення, алюзії, тощо.
5.	Надзвичайний вплив фактору підбору «правильного» (або коректного) синоніму під час здійснення перекладу іноземних ЗМІ.	Відіграє важливу роль у досягненні максимально можливої адекватності перекладу.
6.	Важливість врахування не тільки денотату, а й усіх ймовірних конотативних значень слова.	Як наприклад, із терміном «терорист», який зовсім по-різному зрозуміють українець та американець.
7.	Потреба врахування країнознавчого аспекту під час перекладу новин іноземних ЗМІ.	Важливість врахування усіх екстралінгвістичних чинників під час здійснення перекладу іноземних ЗМІ.
8.	Врахування ролі пасивного чи активного стану у реченнях.	Сприяє чіткому розрізненню аудиторією суб'єкта та об'єкта дії, винуватця та жертви.
9.	Використання цитат відомих діячів і не тільки.	Використання цитат додає авторитетності ідеям.
10.	Використання закорєнених лінгвістичних стереотипів.	Застосовується з метою здобути бажаний та чітко передбачуваний ефект та вплив на аудиторію.
11.	Використання лексичних обмежувачів.	Застосовуються для вираження впевненості чи неупевненості, а також для «зняття» відповідальності за виражену думку чи констатування ймовірно хибних фактів
12.	Дотримання когерентності, послідовності у викладенні новин.	Сприяє кращому розумінню та засвоєнню інформації, це як системність академічних знань.
13.	Застосування прийому уточнення під час висвітлення новин.	Здебільшого поширено використовується саме прийом дедукції.
14.	Важливість врахування параграфічних чинників.	Назва рубрики (наприклад, Special Report, News Special, Russia in Turmoil, Ukraine in Conflict та ін.), розмір та колір шрифту також можуть погіршити чи покращити сприйняття нової інформації цільовою аудиторією.

Загалом простежується наступна закономірність: теми новин українських та американських інтернет ЗМІ про конфлікт на сході України та АТО підкреслюють позитивні якості «ми-груп» (сили АТО) і негативні «вони-груп» (проросійські війська, сепаратисти, найманці, терористи, тощо). Позитивні якості «вони-груп» і негативні «ми-груп» зазвичай не представлені у наших новинах ЗМІ (не з'являються у заголовках, на перших сторінках, або взагалі замовчуються). Це загальна дискурсивна стратегія позитивної саморепрезентації і дифамації супротивника. Вона домінує у дискурсі інтернет ЗМІ про воєнні події не лише на рівні тем, але і на інших рівнях. Цілком зрозуміло, що у російських ЗМІ все висвітлюється так само, але по відношенню до власних «ми-груп» та «вони-груп».

Література:

1. Електронний інтернет-ресурс новин «ВестиRU». [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://www.vesti.ru/>.
2. Електронний інтернет-ресурс новин «ІноСМІ». [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://inosmi.ru/>.
3. Електронний інтернет-ресурс новин «Корреспондент». [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://ua.korrespondent.net/ukraine/>.
4. Електронний інтернет-ресурс новин «НьюсТаймс». [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://news-times.ru/>.
5. Електронний інтернет-ресурс новин «СвободнаяПресса». [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://svpressa.ru/>.
6. Електронний інтернет-ресурс новин «Сі-Ен-Ен». [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://edition.cnn.com/>.
7. Електронний інтернет-ресурс новин «Укрінформ». [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://www.ukrinform.ua/>.
8. Електронний інтернет-ресурс новин «ЦензорНет». [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://censor.net.ua/>.
9. Електронний інтернет-ресурс новин «Яндекс Новини 24». [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://24tv.ua/>.
10. Електронний інтернет-ресурс новин «Яндекс Новини». [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://news.yandex.ua/>.