УДК 811.112.2'81'37

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/35-3-25>**Олена МАТЕРИНСЬКА,***orcid.org/0000-0003-3414-5307**доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри германської філології та перекладу**Інституту філології**Київського національного університету імені Тараса Шевченка**(Київ, Україна) olenamaterynska@ukr.net*

АНТРОПОМОРФНИЙ ПРОФІЛЬ ВІЙНИ У ВИМІРІ МЕДІАЕКОЛОГІЇ (СОЦІОЛІНГВІСТИЧНИЙ ТА ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТИ)

У фокусі цього дослідження формування антропоморфного образу війни в німецькій та українській мовах, визначення базових асоціацій пов'язаних з поняттям «війна», виявлення впливу масмедіа на закріплені патерни антропоморфної метафори. Дані дослідження верифіковані за допомогою соціо- та психолінгвістичного експерименту (анкетування) німецькомовної та українськомовної фокус-груп. Антропоморфна метафора, яка використовується журналістами як засіб персоніфікації війни, розглядається у цьому дослідженні як інструмент медійного впливу, що пробуджує еколінгвістичну свідомість у носіїв різних мов. Еколінгвістична перспектива дослідження, зокрема в межах медіаекології, передбачає перехід від антропоцентричного світогляду, зосередженого на задоволенні виключно людських потреб, до сталої гармонізації будь-якої мовної спільноти в межах екологічного підходу до навколишнього середовища, включаючи міжкультурну комунікацію.

Здійснене дослідження дозволило з'ясувати основні шляхи концептуалізації поняття ВІЙНИ німецькомовними та українськомовними респондентами, виявити типові риси та відмінності у їхньому світогляді, що також дозволяє відобразити сприйняття причин та наслідків військової агресії в емоційній та матеріальній площинах. Окреслено семантичне поле основних понять, пов'язаних з війною, її фізіологічний та психологічний портрет в обох зіставляваних мовах. З'ясовано, як респонденти сприймають військові дії на сході України та чи вони (за власним переконанням) отримують достатньо актуальної інформації, визначено медійні джерела, які для цього використовуються. Дослідження продемонструвало, яким чином антропоморфна метафора сприяє становленню етики постгуманізму, розбудові міжкультурних відносин та мовного середовища відповідно до еколінгвістичного підходу.

Ключові слова: медіаекологія, антропоморфна метафора, антропоморфний образ війни, соціо-та психолінгвістичний експеримент, еколінгвістична свідомість.

Olena MATERYNSKA,*orcid.org/0000-0003-3414-5307**Doctor of Philological Sciences, Professor,**Professor at the Department of Germanic Philology and Translation**Institute of Philology**of Taras Shevchenko National University of Kyiv**(Kyiv, Ukraine) olenamaterynska@ukr.net*

THE ANTHROPOMORPHIC IMAGE OF WAR WITHIN THE FRAMEWORK OF MEDIA ECOLOGY (SOCIO- AND PSYCHOLINGUISTIC ASPECTS)

This paper dwells upon the formation of the anthropomorphic image of war in German and Ukrainian, highlighting the primary associations connected with the concept "war", identifying the influence of mass media on the deeply rooted patterns of anthropomorphic metaphor. The empirical data has been verified with a socio- and psycholinguistic experiment (questionnaire) of German-speaking and Ukrainian-speaking focus groups. The anthropomorphic metaphor used by journalists as a means of the personification of war is considered to be a tool of media influence awakening the speakers' ecolinguistic consciousness in different languages. The ecolinguistic perspective of the study, particularly within the media ecology framework, postulates a transformation from the anthropocentric worldview, focused on meeting only human needs to a continuous harmonisation of any linguistic community within the ecological approach to the environment, including intercultural communication.

The conducted research enabled founding out the main paths of the conceptualisation of WAR by the German-speaking and Ukrainian-speaking respondents revealing the main standard features and differences in their worldviews and depicting the reasons and the consequences of military aggression in the emotional and material planes.

The semantic field of the fundamental notions associated with war and its physiological and psychological portrait in both languages under analysis has been outlined. A light has been cast upon how the respondents perceive the military

actions in eastern Ukraine. It has been estimated whether the recipients believe to be provided with sufficient information; the used media sources were defined.

The conducted research showed how the anthropomorphic metaphor contributes to developing the main ethical principles of posthuman ethics, intercultural relations and the language environment according to the ecolinguistic approach.

Key words: media ecology, anthropomorphic metaphor, the anthropomorphic image of war, socio- and psycholinguistic experiment, ecological consciousness.

Постановка проблеми. Сучасні масмедіа є не тільки інструментом формування суспільної думки, отримання актуальної інформації про події в світі, але й елементом екологічного середовища, у якому існує людина. Принципи міжкультурної комунікації спираються на уявлення і стереотипи, закріплені у медійному просторі, поширювані і редульковані численними інтернет-виданнями, що надає їм глобального впливу. Вплив медійної комунікації на формування свідомості мовців активно досліджується в межах одного з актуальних напрямків сучасної лінгвістики – медіаекології. Медіаекологія в межах еколінгвістичного модусу дискурсивних студій покликана сприяти формуванню еколінгвістичної свідомості, спрямованої на гармонійне співіснування представників різних мов і культур у полікультурному континуумі, на становлення етики постгуманізму, яка визначається новим мисленням, орієнтованим на досягнення спільного добробуту (Rothe, 2016: 47). Медійні засоби та журналісти у цьому контексті несуть спільну відповідальність за створювану ними атмосферу, яка априорі має бути спрямована на гармонізацію суспільства, а не на розпалення конфліктів та ворожнечі. Вагомим є визначення того, яким чином медійні контенті впливають на формування конкретних уявлень мовців, формування їх образного світу, оскільки, як відомо, саме емоційна площина новинних повідомлень є основою успішності та цитованості окремих публікацій.

Еколінгвістичний ракурс в межах сучасних лінгвістичних студій проголошує відхід від антропоцентричного світогляду, більшою мірою орієнтованого на людину, яка сприймає природу як інструмент, засіб задоволення своїх потреб (Heuberger, 2018: 347). Натомість важливим стає еколінгвістичний підхід до комунікації, згідно з яким велика увага приділяється коректності висловлювання й наслідкам, які воно зумовлює. Незважаючи на невідповідність антропоцентрично орієнтованого світогляду потребам сьогодення, саме сприйняття людиною всіх актуальних проблем через власне осягнення й власні потреби, дозволяє маніпулювати її думкою, формувати її ідеологію (Baker, Gabrielatos, McEnery, 2013: 3). Формування антропоморфного образу

війни у масмедійних публікаціях дозволяє повернути увагу читачів до несумісності людяності, людської подоби та глобальних наслідків війни, що в межах еколінгвістичного підходу дозволяє імпліковано сформувати критичне ставлення до відсутності розуміння себе частиною природи, навколишнього середовища, а відтак егоцентричного, антропоцентричного світобачення, в межах якого військові дії виправдовуються певною доцільністю. Відтак висвітлення формування антропоморфного профілю війни з позицій медіаекології з урахування соціо- та психолінгвістичних чинників є актуальним для сучасних лінгвістичних студій.

Аналіз досліджень. Мультиmodalний аналіз новинних повідомлень дозволяє побачити, яким чином різні семіотичні системи (не тільки лінгвістичні) впливають на визначення їх цінності (Bednarek, Caple, 2014: 6). Утім саме мовні засоби справляють потужний прагматичний (часто маніпулятивний) ефект на читача. Персоналізація новин, їх «людське обличчя», що вимальовується завдяки вживанню евалюативно насичених епітетів (Caple, Huan, Bednarek, 2020: 6), залучення мовлення очевидців є одним з параметрів визначення їх значущості. Слід також врахувати доведений факт того, що саме негативні новинні повідомлення, які повідомляють про застосування насильства, формують рейтинги багатьох видань і вражають читачів найбільше (Bednarek, Caple, 2014: 13). Ця розвідка спирається на праці, присвячені медійному дискурсу й тематиці насильства, війни зокрема (Becker, 2016; Schwarz-Friesel, Kromminga, 2014; Materynska, 2019), враховано гендерний аспект медійного висвітлення війни (Kirchhoff, 2010). Вагомими для цієї студії є праці, що присвячені еколінгвістиці (Chen, 2016; Heuberger, 2018; Stibbe, 2015) та медіаекології (Rothe, 2016; Strate, 2017) в межах актуальних напрямків сучасних лінгвістичних студій.

Мета статті. Запропоноване дослідження виконується в рамках наукового проекту "Еколінгвістичні модуси дискурсивного простору України в європейському полікультурному континуумі" (реєстраційний номер 2020.02/0241) за підтримки Національного фонду досліджень України та має на меті за допомогою соціо- та

психолінгвістичного експерименту окреслити базові асоціації пов'язані з поняттям *війна*, визначити вплив масмедіа на формування уявлень про війну у свідомості німецькомовної та українськомовної фокус-груп, перевірити закріплені метафоричні та метонімічні патерни, за допомогою яких створюється антропоморфний образ війни (Materynska, 2019).

Виклад основного матеріалу. На першому етапі дослідження за допомогою суцільної вибірки з німецькомовних та українськомовних масмедіа 2014-2021 рр., а також корпусу текстів Інституту німецької мови м. Мангайм (IDS), зокрема COSMAS II (DeReKo-2018-II) було дібрано контексти, у яких зафіксовано антропоморфне представлення образу війни, виокремлено базові концептуальні моделі антропоморфної репрезентації війни (Материнська, 2019: 171-175), зокрема метафоричні (Materynska, 2019: 157):

«DER KRIEG IST EIN LEBEWESSEN, DER KRIEG IST EIN MENSCH» / «ВІЙНА – ЖИВА ІСТОТА/ ВІЙНА – ЛЮДИНА»;

«DER KRIEG HAT KÖRPERTEILE» (auch virtuelle) / «ВІЙНА МАЄ ЧАСТИНИ ТІЛА (ТАКОЖ УЯВНІ)», «DAS GESICHT DES KRIEGES / ОБЛИЧЧЯ ВІЙНИ»;

«DER KRIEG IST EIN ELTERNTEIL» / «ВІЙНА – УСОБЛЕННЯ БАТЬКІВ; ВІЙНА – БАТЬКО/МАТИ»;

«DER KRIEG IST EIN LÜGNER / EIN HEUCHLER» / «ВІЙНА – БРЕХУН, ОБЛУДА»;

«DER KRIEG IST ZERSTÖRER» / «ВІЙНА – РУЙНІВНИК».

З метою верифікації даних, отриманих під час аналізу німецькомовних та українськомовних масмедійних публікацій, в яких сформовано антропоморфний профіль війни, на другому етапі було здійснено соціолінгвістичний та психолінгвістичний експеримент, зокрема анкетування, яке мало окреслити базові асоціації пов'язані з поняттям війни та її наслідками, виявити метафоричні та метонімічні клішовані вирази, за допомогою яких створюється антропоморфний образ війни, визначити вплив масмедіального дискурсу на формування уявлень про війну в носіїв німецької та української мов. Анкетування носіїв німецької мови здійснювалося в Німеччині на базі Рурського університету у м. Бохум. В цій статті представлено результати пілотного анкетування, яке має стати моделлю для подальших опитувань.

В обох мовах було проаналізовано по 25 анкет, кожна з яких містила комбінацію з 15 закритих та відкритих питань в межах вільного та цілеспрямованого асоціативних експериментів (до кожного

питання була додана опція для альтернативної відповіді). Соціодемографічна складова експерименту базувалася на тому, що переважна частина респондентів буде носіями досліджуваних мов, проживатиме переважно в Німеччині або, відповідно, в Україні. Вікові межі респондентів визначалися в проміжках: 18-29 років, 30-39 років, 40-49 років, 50 років та вище. Більшість респондентів, які взяли участь у пілотному опитуванні за професією задіяні в гуманітарному секторі (утім наявні також представники медичного, економічного секторів та інших галузей діяльності). Всі респонденти активно спілкуються та цікавляться подіями в світі, часто володіють декількома мовами (наприклад, українськомовні респонденти володіють окрім української та російської мов – німецькою, англійською).

Результати соціо- та психолінгвістичного експерименту. Перший блок питань мав визначити загальні уявлення респондентів про поняття *війна*, *військові дії*, причини та наслідки таких дій. Другий блок питань безпосередньо був спрямований на визначення фізіологічного та психологічного профілю війни в межах формування антропоморфного образу війни. Одне з перших питань анкети мало визначити спосіб отримання актуальної інформації з різноманітних медійних джерел, зокрема респондентам було запропоновано різні варіанти відповіді – електронні масмедіа, інтернет або ж друковані масмедійні видання, телебачення або ж альтернативні джерела, можливо було також зазначити комбінацію різних способів інформування. Носії української мови у 84% користуються саме інтернет-джерелами для отримання найактуальнішої інформації, очевидним є також низький ступінь їх довіри до телебачення (його як джерело інформування використовують лише 4% відсотки опитаних). Можливість отримувати інформацію з різноманітних джерел є важливою для носіїв обох досліджуваних мов. Утім варіативність комбінування різних джерел (також друкованих та телебачення, соціальних мереж, знайомих) є характерною рисою для німецькомовних респондентів (64% переважно використовують інтернет-джерела з метою інформування про останні події в світі).

На прохання надати дефініцію поняттю «війна» респонденти наводили визначення, що базувалися на уявленнях про опозицію двох або більше сторін протистояння, конфлікт інтересів. Більшість дефініцій демонстрували чіткий зв'язок поняття «війна» із такими поняттями як: «влада» та «гроші», «ідеали» (також релігійні) тощо. У якості прикладів відповідей респонден-

тів можна навести такі: нім. «*Krieg entsteht aus scheinbar unlösbaren Meinungsverschiedenheiten zwischen zwei Parteien (Gruppen, Länder etc.). Die Gründe hierfür liegen m.E. hauptsächlich in Religion, Geld oder Macht.*» (укр. Війна виникає на тлі розбіжностей думок двох сторін (певних груп, країн). Причини цього, на мою думку, містяться у площині релігії, грошей або влади. Переклад автор.); нім. «*Das Sterben von unschuldigem und wehrlosem Menschen, ...Krieg ist für die Reichen, Mächtigen und Tyrannen das Spielfeld, um Ihre Stärke und Ihren Einfluss zu beweisen.*» (укр. Смерть безвинної та беззахисної людини, ... війна – поле гри для багатіїв, тих, хто має владу та тиранів, що хочуть довести свою впливовість. Переклад автор.). Українськомовні респонденти зазначали, що війна виникає з почуття меншовартості, власного егоїзму та боротьби за примарні ідеали, дисонансу думок між різними народами. Можна констатувати наявність тісного зв'язку в уявленні носіїв обох мов не тільки між поняттям «війна» та поняттями, що традиційно пов'язані з веденням військових дій, але, в першу чергу, з глибинними причинами таких дій, що пояснюються антропогенною середою, знаходяться більше у психологічному, а не у матеріальному вимірі. Важливість асоціативного зв'язку між поняттям «війна» та психоемоційним станом людини продемонстрували в подальшому і питання, спрямовані на формування мережі семантичних зв'язків в межах фізіологічного та психологічного профілю війни. Низка питань стосувалася не тільки формування глобального психо-фізіологічного антропоморфного портрету війни, але й подій на Сході України. Якщо 100% українськомовних респондентів

очікувано схвально відповіли на питання «Чи Ви обізнані з подіями в Україні?», реакція німецькомовних респондентів була дещо інакшою, так 72% дали ствердну відповідь на це питання, 12% – вважали, що необізнані з подіями на Сході України (варіантами були також відповіді про більшу або меншу обізнаність / часткову обізнаність), 4% зазначили, що останнім часом німецькомовні масмедіа, на їхню думку, мало про це пишуть, тобто висвітлення цих подій не є достатнім (див. рис. 1).

Не менш важливим питанням, що виникає під час аналізу медійних повідомлень у німецькомовних та українськомовних масмедіа, є проблема еквівалентності понять, що застосовуються на позначення подій в Україні: нім. *der Krieg* / укр. *війна*; нім. *militärische Auseinandersetzung* / укр. *військовий, збройний конфлікт* / *військове протистояння* / *збройне протистояння*; нім. *bewaffneter Konflikt* / *збройний конфлікт* (на сході України) тощо. Респондентам було запропоновано надати відповідне визначення подій на Сході України за допомогою згаданих понять або надати власне визначення. 40 % німецькомовних респондентів позначили ситуацію в Україні саме як: *militärische Auseinandersetzung* 'військовий, збройний конфлікт', 36% – як *der Krieg* 'війну', 12% обрали варіант *der Konflikt* 'конфлікт'. Це свідчить про вже сформовану медійними джерелами думку, де часто вживається обережне формулювання з тенденцією до уникнення терміну «війна», утім все ж таки значна кількість респондентів і медійних повідомлень чітко дефінують події на Сході України саме як «війну» (див. рис. 2).

Українськомовні респонденти у переважній більшості позначили події на Сході України як

Рис. 1. Ступінь поінформованості німецькомовних респондентів про останні події на Сході України

Рис. 2. Лексичні еквіваленти на позначення подій на Сході України у відповідях німецькомовних респондентів

війну – 56%, 24% опитаних обрали термін – *військове протистояння / військовий, збройний конфлікт* (нім. *militärische Auseinandersetzung*), в межах цієї фокус-групи жоден респондент не обрав варіант – *конфлікт*, пропонувалися альтернативні варіанти – *відмивання грошей, кошмар, цирк, боротьба за виживання всієї України*.

Одним з питань було також оцінити, чи можуть війна / військові дії мати позитивні наслідки. 64% німецькомовних респондентів вважають, що війна завжди має лише негативні наслідки, але 20% припускають, що у разі відсутності цивільних жертв чи усунення диктатора – війна може мати й позитивні наслідки.

Схожі уявлення продемонстрували і українськомовні респонденти – 64% зазначили, що війна має завжди негативні наслідки, 28% обрали відповідь, що війна може мати позитивні наслідки (також вказували як передумову для цього відсутність цивільних жертв, боротьбу за звільнення від диктатури чи свободу загалом).

Зміст понять нім. *der hybride Krieg* / укр. *гібридна війна*, нім. *Informationskrieg* / укр. *інформаційна війна* по-різному дефінується у пресі і самими носіями досліджуваних мов. Спільним є усвідомлення зміни стратегій та тактик ведення військових дій, пов'язаних перш за все з пропагандою, застосуванням нової зброї (наприклад, дронів), інформаційних атак тощо. З-поміж відповідей респондентів можна знайти такі: нім. «*Der Hybride Krieg wird sowohl auf dem Schlachtfeld als auch z.B. in den Medien durch die Propaganda der jeweiligen Staaten geführt. Der Informationskrieg soll die Allgemeinheit/Öffentlichkeit mit verwirrenden und oft auch widersprüchlichen Informationen täuschen*

und vor Ihnen rechtfertigen bzw. auf die „richtige Seite“ ziehen.» (укр. Гібридна війна ведеться не тільки на полі бою, але також за допомогою пропаганди певних держав у масмедіа. Інформаційна війна має заплутати громадськість суперечливою інформацією, знайти виправдання певним фактам й перетягнути на «правильну сторону».); нім. «*Ein hybrider Krieg ist ein Krieg der verdeckt ausgeführt wird und ein Informationskrieg ist ein Krieg, der durch die Vermittlung von Nachrichten in den Medien ausgetragen wird, dementsprechend virtuell.»* (укр. Гібридна війна – це війна що ведеться приховано, інформаційна війна відбувається через повідомлення у масмедіа, отже віртуально.)). Респонденти обох досліджуваних мов відзначають, що *гібридна* та *інформаційна війна* безпосередньо є засобами маніпуляції громадською думкою через «фейкові» новини, «промивання мозку» та «прання брудної білизни», що мають налаштувати людей один проти одного. Журналістика при цьому може стати важкою зброєю, яка працює на певному боці. Гібридну війну також позначають як «засіб підкорення» без використання летальної зброї, психічного пригнічення людини.

Асоціативне підґрунтя формування антропоморфного образу війни. Блок питань, які стосувалися визначення в німецькомовних та українськомовних респондентів асоціацій, пов'язаних із війною проводився у межах вільного асоціативного експерименту, респонденти мали подати ключові слова, які відбивають їх асоціації із поняттям «війна». Під час аналізу побудованих респондентами семантичних ланцюжків до уваги було взято послідовність їх наведення в анкеті й семантичну сітку понять, яких вони стосувалися,

наприклад, нім. «*Tod, Zerstörung, Opfer, Macht, Verletzte, Flucht, Ungerechtigkeit*» (укр. смерть, руйнування, жертва, влада, поранений, втеча, несправедливість); нім. «*Gewalt, Angst, Elend, Notstand, Hass, Ressourcenknappheit, Macht, Geld*» (укр. насильство, страх, нещастя, надзвичайна ситуація, ненависть, нестача ресурсів, влада, гроші); нім. «*die vier Reiter der Apokalypse, zerstörte Städte, Kriegsphotografen, Raketen und Feuerblumen am Himmel, Kanvois*» (укр. чотири вершники Апокаліпсису, зруйновані міста, світлини з війни, ракети, вогняні квіти пострілу на небі, конвої), нім. *Tod, Sinnlosigkeit, Zerstörung, Zwangsmigration, Lügen, Desinformation, Fake News, Trauma der Kriegsteilnehmer* (укр. смерть, безглуздя, руйнування, вимушена міграція, брехня, дезінформація, «фейкові новини», психічна травма учасників війни) тощо. Українськомовні респонденти наводили такі асоціації: укр. *смерть, сльози, вбивство, рйнування; втрата, смерть, страх; гроші, вбивство, голод, бідність, втрата, розчарування, туга за домом* тощо. Асоціативне поле в межах поняття *війна* в цілому має багато спільних ключових слів в обох досліджуваних мовах, що говорить про збіг базових уявлень про війну та глобальний характер описуваного явища. Найбільш згадувані ключові слова під час побудови таких асоціативних ланцюжків у відповідь на зазначене питання: нім. *Tod* (18 випадків) / укр. *смерть* (18 випадків), нім. *Zerstörung* (8 випадків) / укр. *руйнування* (6 випадків), нім. *Waffe* (6 випадків) / укр. *зброя* (9 випадків). Окреслити наявний у німецькомовних та українськомовних респондентів досвід, уточнити асоціативне підґрунтя допомагало також питання про відомі їм сталі словосполучення пов'язані із *війною*. Німецькомовні респонденти наводили клішовані вирази та словосполучення із використанням поняття «війна», також композити із компонентом *Krieg* «війна», наприклад: нім. *Krieg der Worte* «війна слів», *Weltkrieg* «Світова війна», *psychologischer Krieg* «психологічна війна», *Kriegsverbrechen* «військовий злочин», *Kriegsverbrecher* «військовий злочинець», *Kriegserklärung* «оголошення війни» тощо, українськомовні респонденти – *холодна війна, атомна війна, Світова війна* тощо.

Наступні питання мали зафіксувати, яким чином респонденти в обох досліджуваних мовах сприймають образ війни, зокрема антропоморфний образ війни, що створюється у медійних текстах за допомогою численним стилістичних фігур, метафор в межах персоніфікації, зокрема, наприклад, частотної метафори **das Gesicht des Krieges / ОБЛИЧЧЯ ВІЙНИ**, що вписується у

патерн концептуальної метафори **«DER KRIEG IST EIN LEBEWESEN, DER KRIEG IST EIN MENSCH» / «ВІЙНА – ЖИВА ІСТОТА/ ВІЙНА – ЛЮДИНА»**, **«DER KRIEG HAT KÖRPERTEILE» (auch virtuelle) / «ВІЙНА МАЄ ЧАСТИНИ ТІЛА (ТАКОЖ УЯВНІ)»**.

Було зафіксовано як прямі алюзії до образу війни як жінки (в українській мові), так і до війни у образі воїна, солдата – чоловіка – в німецькій мові. На такі образи вплив має і гендерне маркування, лексема *der Krieg* чоловічого роду у німецькій мові та жіночого – в українській. Вагомим стало також розуміння, що в межах метафори **das Gesicht des Krieges / ОБЛИЧЧЯ ВІЙНИ** респонденти в обох мовах виокремлювали узагальнений образ війни як віддзеркалення людської подоби, надавали такі визначення, наприклад, нім. «*Die Metapher das Gesicht des Krieges beschreibt die Schäden, die der Krieg zur Folge hatte und die für die Außenwelt sichtbar sind.*» (укр. Метафора обличчя війни описує ушкодження та втрати як наслідки війни, що є видимими для зовнішнього світу.); «*Dadurch, dass dem Krieg ein Gesicht zugeschrieben wird, werden ihm menschliche Eigenschaften zugesprochen. Dies kann darauf hinweisen, dass ein Krieg nur durch die Teilnahme von Menschen entstehen kann.*» (укр. Завдяки тому, що війні приписують таку ознаку як наявність «обличчя», вона отримує також людські якості. Це говорить про те, що війна може виникнути лише за участі людей.); нім. «*Der Ausdruck ist für mich hauptsächlich mit negativen Aspekten verbunden. Hätte der Krieg wortwörtlich ein Gesicht, wäre es voll mit Narben; es sähe trostlos, schmutzig, leer, wütend und besorgt aus.*» (укр. Вираз, на мою думку, пов'язаний в першу чергу із негативними аспектами. Якби у війни було обличчя – воно було би все у шрамах, похмурим, брудним, порожнім, злим та занепокоєним.). Українськомовні респонденти відзначили, що вираз «*обличчя війни*» є жахливим «*обличчям людства*», також змальовували ситуації, в яких бачать вбиту мати і дітей, які плачуть біля неї, вбитої жінки, яка все втратила. Остання замальовка підтвердила ще раз ситуацію, що війна у традиційному уявленні українськомовних респондентів постає не тільки в образі жінки (також смерті з косою за плечима), але також жінки як жертви війни. Певним чином сприйняття персоніфікованого образу України як жінки дозволяє сприймати страждання узагальненого жіночого образу МАТЕРІ / ДРУЖИНИ / СЕСТРИ / ДОНЬКИ як страждань всієї країни. Як видно з відповідей респондентів, антропоморфна метафора, що формується в межах антропоцентричного світогляду, в цьому випадку дозволяє

підкреслити дуалізм екосвідомого ставлення до життя / природи та обурливого нехтування всіма моральними цінностями та ідеалами.

Фізіологічний профіль війни формується завдяки низці антропоморфних метафор, які відзначили німецькомовні респонденти (ці метафори підтверджені також медійними контекстами, див. (Материнська, 2020; Materynska, 2019)), наприклад, нім. *Gesicht des Krieges* 'обличчя війни', *Fratze des Krieges* 'пика війни', *Atem des Krieges* 'подих війни', *Hand bzw. Faust des Krieges* 'рука, кулак війни', *das Erwachen des Krieges* 'пробудження війни', *der Krieg schläft nie* 'війна ніколи не спить' тощо. Українськомовних респонденти відзначали такі словосполучення: *війна все забрала, війна триває, війна не спить, дивитися очима війни, війна крокує, наступає, травмує, руйнує* тощо.

Психологічний профіль війни визначався в межах персоніфікації за рахунок таких приписуваних їй якостей як: нім. «*Grausamkeit des Krieges, Unbarmherzigkeit des Krieges, Kälte des Krieges, Barbarei des Krieges, die Katastrophe des Krieges, die Seelenlosigkeit des Krieges*» (укр. жорстокість війни, неблаганність війни, холод війни, варварство війни, катастрофа війни, бездушність війни), «*Logik des Krieges, Kriegsgedächtnis, Kriegsleiden, Kriegsangst, Kriegslust*» (укр. логіка війни, пам'ять війни, страждання під час війни, страх війни, войовничість) тощо. Українськомовних респонденти відзначали такі риси як: *злість, брутальність, байдужість, бездушність, жорстокість війни, небезпечність, неблаганність, владність, хитрість, жахливість, вміння навіювати страх, нещадність* та іншу низку антропоморфних рис, що створюють психологічний профіль війни.

Слід відзначити, що, на думку респондентів в обох досліджуваних мовах неабияке значення у розв'язуванні війни належить саме ідеології, політиці, переслідуванню певних інтересів, маніпуляціям у боротьбі за владу, що реалізуються за рахунок протистояння суперників / ворогів та виливаються безпосередньо у військовий напад на певну державу, результатом чого стають військові злочини, громадянські війни, конфлікти думок.

Наслідки війни визначаються респондентами у емоціональній та матеріальній площинах, при чому саме емоціональна площина є найбільш вагомою і представлена найбільшою кількістю наведених респондентами асоціацій, таких як: нім. «*Hoffnungslosigkeit unmittelbar nach dem Krieg, Verlust, Depression*» (укр. безнадійність відразу після війни, втрата, депресія); нім. *psychisches Leiden, Trauer, Leid, Traumatisierung,*

Verrohung, Entwurzelung (укр. психічні страждання, туга, біль, психологічні травми, бруталізація, викорінення). З-поміж наведених українськомовними респондентами варіантів: *втрачені юність та дитинство, безпорадність, психічні розлади, відсутність стабільності, туга, знівечені душі* тощо.

З іншого боку, виникають і позитивні асоціації такі як *співпраця, надія на кращі часи* і, також певним чином суперечливі за оцінністю поняття – *військова романтика чи героїзація війни*, що пояснюється загальною тенденцією до естетизації та баналізації війни у масмедійних джерелах останнім часом, див. (Материнська, 2019: 173).

Наслідки війни в матеріальній площині визнаються, на думку німецькомовних респондентів, виникненням таких явищ як: нім. *Rassismus, Kolonisation, Ausnutzung* (укр. расизм, колонізація, використання; *Gewalt, Macht, Diktatur, Verlust* (укр. насильство, влада, диктатура, втрати); нім. *Machtkampf, Überlegenheit, Kontrolle* (укр. боротьба за владу, першість, контроль), вказано також такі варіанти як «*етнічні чистки*», *відсутність моралі, нетерпимість*, на додаток до цього українськомовних респонденти вказують на *інформаційні маніпуляції, приховані інтереси, нестачу інформації / недостатню поніформованість, обманювання народу, кібервійни, несправедливість*. Очевидним є чітке розуміння того факту, що насильницькі дії у фізичному вимірі не є першопричиною війн, що за ними стоять свідомо застосовані маніпуляції, які мають впливати на масову свідомість та формувати потрібну думку.

З цим твердженням корелюють відповіді респондентів щодо того, яким чином можна було б завершити війни. Попри визначення складності питання чи наявність відповідей, які вказували, що війни існуватимуть, допоки існує людство, було наведено важливі міркування, які переважно засвідчили надію респондентів на те, що саме за допомогою комунікації, кооперації, припинення агресії та розуміння важливості діалогу у майбутньому вдасться позбавитися такого невідповідного варварського для ХХІ століття явища як війна. Звернули на себе увагу, наприклад, такі варіанти: нім. *Toleranz und Offenheit gegenüber Neuem und Fremden* (толерантність та відкритість по відношенню до нового та чужого); нім. *Man kann Gewalt nicht mit Gewalt lösen. Ein Krieg muss aber zwingend beendet werden. J.F Kennedy, der ehemalige US Präsident sagte einmal: "Die Menschheit muss dem Krieg ein Ende setzen, sonst setzt der Krieg der Menschheit ein Ende."* (укр.

Насильство не можна зупинити насильством. Війни мають припинитися. Як зазначив колишній Президент США Дж. Ф. Кеннеді: Людство має покласти край війнам, інакше війни покладуть край людству). Наведення у відповіді респондента відомої цитати вказує на розуміння важливості проблеми, загальний високий рівень обізнаності із міжнародними подіями та історією. Такі відповіді, де згадувалися історичні події чи актуальні військові конфлікти (наприклад, війна в Сирії) є частотними і вказують на те, що більшість респондентів стежать за подіями в світі.

Висновки. Здійснений соціо- та психолінгвістичний експеримент дозволив суттєво доповнити перелік ключових понять та базових асоціацій, пов'язаних з поняттям *війна*. Попередній аналіз масмедійного контенту уможливив визначення концептуальних метафор, що формують антропоморфний образ війни у німецькомовних та українськомовних масмедіа, залучені до опитування респонденти дозволили верифікувати отримані дані та побачити, яким чином формується фізіологічний та психологічний профіль війни у масмедійних джерелах та чи вибудовується він у межах еколінгвістичної свідомості. Йдеться про журналістську відповідальність щодо очікуваного прагматичного ефекту медійних публікацій, який досягається за рахунок використання антропоморфної метафори у тому числі. Реакція респондентів на поставлені питання дозволила побачити, яким чином засоби інформування, що їх використовують респонденти, сформували певне уявлення про війну, її причини та наслідки, визначили її антропоморфний образ.

Незважаючи на те, що проведене анкетування є пілотним, надані задіяною фокус-групою відповіді змоделювали мережу асоціацій, з якими пов'язано усвідомлення причинно-наслідкових

відношень в межах семантичного поля ВІЙНА, визначили, за рахунок яких базових асоціацій формується її антропоморфний портрет.

Усвідомлення суспільного значення, глобальності військових дій відбувається згідно отриманих даних саме у емоційній площині в першу чергу, відтак маніпулятивний медійний контент має неабияке значення. Визначальним стає поняття *еколінгвістичної свідомості* під час висвітлення військових подій журналістами, що існує в межах концептуального апарату медіаекології. Відповідальність за мовне оздоблення актуальних публікацій лежить на журналістах, які створюючи яскраву образність (також за допомогою антропоморфних метафор) безпосередньо впливають на сприйняття тих чи інших подій читачами. Важливим, зі іншого боку, є також можливість апелювати до закладеного у свідомості носіїв будь-якої мови антропоцентричного світобачення аби наголосити на важливості уникнення військових конфліктів. Саме за допомогою формування фізіологічного та психологічного профілю війни у межах базових асоціативних антропоморфних уявлень людини про навколишній світ, масмедіа можуть привернути увагу до невідповідності того, що відбувається в світі. Відтак антропоморфна метафора стає інструментом потужного маніпулятивного впливу на читацьку аудиторію та потрапляє у фокус уваги медіаекології як елемент формування загальної екологічної свідомості носіїв різних мов.

До перспектив цієї розвідки належить подальше вивчення асоціативного підґрунтя формування антропоморфного образу війни у соціо- та психолінгвістичному вимірі носіями різних мов, висвітлення проблеми естетизації та баналізації війни в межах медіаекології.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Материнська О. «Анатомія війни» у сучасних німецькомовних та українськомовних масмедіа. *Studia Linguistica*. 2019, XV, С. 165-180. DOI: <https://doi.org/10.17721/StudLing2019.15.165-180>.
2. Baker P., Gabrielatos C., McNery T. *Discourse Analysis and Media Attitudes. The Representation of Islam in the British Press*. Cambridge : Cambridge University Press. 2013. 280 p. DOI : 10.1017/CBO9780511920103
3. Becker J. *Medien im Krieg – Krieg in den Medien*. Wiesbaden : Springer. 2016. 405 p.
4. Bednarek M., Caple H. Why do news values matter? Towards a new methodological framework for analysing news discourse in Critical Discourse Analysis and beyond. *Discourse and Society*. 2014, 25 (2), P. 135-158. DOI : 10.1177/0957926513516041
5. Caple H., Huan C., Bednarek M. *Multimodal News Analysis across Cultures*. Cambridge : Cambridge University Press. 2020. 75 p. DOI : 10.1017/9781108886048
6. Chen S. Language and ecology: A content analysis of ecolinguistics as an emerging research field. *Ampersand*. 2016, 3, P. 108-116.
7. Heuberger R. Overcoming Anthropocentrism With Anthropomorphic and Physiocentric Uses of Language? *The Routledge Handbook of Ecolinguistics*. Alwin F. Fill, Hermine Penz (ed.). New-York, London : Routledge. 2018. P. 342-254.
8. Kirchhoff S. Stehen Sie ihren Mann? Genderpräsentationen in der medialen Darstellung von Soldatinnen. *Medien – Krieg – Geschlecht. Affirmationen und Irritationen sozialer Ordnungen*. Martina Thiele, Tanja Thomas, Fabian Virchow (Hrsg.). Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2010. S. 195-216.

9. Materynska O. Das anthropomorphe Bild des Krieges in den Deutschen und Ukrainischen Massenmedien. *Lingua Montenegrina*. 2019, 24, S. 153-167.
10. Rothe K. Medienökologie – Zu einer Ethik des Mediengebrauchs. *Zeitschrift für Medienwissenschaft. Schwerpunkt: Medienökologien*. 2016, 14 (1), S. 46-57.
11. Schwarz-Friesel M. Metaphern der Gewalt – Konzeptualisierungen von Terrorismus in den Medien vor und nach 9/11. *Metaphern der Gewalt. Konzeptualisierungen von Terrorismus in den Medien vor und nach 9/11*. Schwarz-Friesel Monika, Kromminga Jan-Henning (Hrsg.). Tübingen : Francke Verlag. 2014. S. 7-24.
12. Stibbe A. *Ecolinguistics: Language, Ecology and the Stories We Live By*. London : Routledge. 2015. 260 p. DOI : 10.4324/9780367855512
13. Strate L. *Media Ecology: An Approach to Understanding the Human Condition*. New York: Peter Lang Publishing. 2017. 258 p. DOI : 10.3726/978-1-4331-4005-1

REFERENCES

1. Materynska O. “Anatomija vijny” u suchasnykh nimeckomovnykh ta ukrajinomovnykh massmedia [‘Anatomy of War’ in the modern German and Ukrainian massmedia]. *Studia Linguistica*. 2019, XV, C. 165-180. [in Ukrainian].
2. Baker P., Gabrielatos C., McNery T. *Discourse Analysis and Media Attitudes. The Representation of Islam in the British Press*. Cambridge : Cambridge University Press. 2013. 280 p. DOI : 10.1017/CBO9780511920103
3. Becker J. *Medien im Krieg – Krieg in den Medien* [Media at war – war in the media]. Wiesbaden : Springer. 2016. 405 p. [in German].
4. Bednarek M., Caple H. Why do news values matter? Towards a new methodological framework for analysing news discourse in Critical Discourse Analysis and beyond. *Discourse and Society*. 2014, 25 (2), P. 135-158. [in English]. DOI : 10.1177/0957926513516041
5. Caple H., Huan C., Bednarek M. *Multimodal News Analysis across Cultures*. Cambridge : Cambridge University Press. 2020. 75 p. [in English]. DOI: 10.1017/9781108886048
6. Chen S. Language and ecology: A content analysis of ecolinguistics as an emerging research field. *Ampersand*. 2016, 3, P. 108-116. [in English].
7. Heuberger R. Overcoming Anthropocentrism With Anthropomorphic and Physiocentric Uses of Language? *The Routledge Handbook of Ecolinguistics*. Alwin F. Fill, Hermine Penz (ed.). New-York, London : Routledge. 2018. P. 342-254. [in English].
8. Kirchhoff S. Stehen Sie ihren Mann? Genderpräsentationen in der medialen Darstellung von Soldatinnen. *Medien – Krieg – Geschlecht. Affirmationen und Irritationen sozialer Ordnungen*. Martina Thiele, Tanja Thomas, Fabian Virchow (Hrsg.). Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2010. S. 195-216. [in German].
9. Materynska O. Das anthropomorphe Bild des Krieges in den Deutschen und Ukrainischen Massenmedien [The anthropomorphic image of war in the German and Ukrainian mass media]. *Lingua Montenegrina*. 2019, 24, S. 153-167. [in German].
10. Rothe K. Medienökologie – Zu einer Ethik des Mediengebrauchs [Media Ecology – towards an ethics of media usage]. *Zeitschrift für Medienwissenschaft. Schwerpunkt: Medienökologien*. 2016, 14 (1), P. 46-57. [in German].
11. Schwarz-Friesel M. Metaphern der Gewalt – Konzeptualisierungen von Terrorismus in den Medien vor und nach 9/11 [Metaphors of violence – conceptualizations of terrorism in the media before and after 9/11]. *Metaphern der Gewalt. Konzeptualisierungen von Terrorismus in den Medien vor und nach 9/11*. Schwarz-Friesel Monika, Kromminga Jan-Henning (Hrsg.). Tübingen : Francke Verlag. 2014. S. 7-24. [in German].
12. Stibbe A. *Ecolinguistics: Language, Ecology and the Stories We Live By*. London : Routledge. 2015. 260 p. [in English]. DOI : 10.4324/9780367855512
13. Strate L. *Media Ecology: An Approach to Understanding the Human Condition*. New York: Peter Lang Publishing. 2017. 258 p. [in English]. DOI : 10.3726/978-1-4331-4005-1