

## ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ВІЙНИ У СУЧАСНОМУ ЦИФРОВОМУ ПРОСТОРИ

В статті розглядається концепт «війна» та його вербалізація в сучасному цифровому просторі. Одним з інструментів в цьому процесі є риторика як спосіб аргументації, переконання та будовання реальності. Через складність цифрового простору, авторка проводить розмежування між «вербалізацією» та «візуалізацією», які обидві беруть участь у будованні реальності. Концептуалізація війни в сучасному українському просторі не можлива без символізації, яка відбувається у всіх формах і форматах. Аналізуючи символічні фігури, авторка наголошує на їх ролі у формуванні громадської думки, створенні образу України на глобальному рівні та сприйнятті війни загалом. Авторка звертає увагу на кілька ключових символів, що набули широкого розголосу під час російсько-української війни: "Кіборги", "Да Вінчі", "Привид Києва", полк "Азов", бійці острова Зміїний, пес Патрон та інші. У статті обґрунтовується думка, що символи відіграють важливу роль у риторичній війни, оскільки вони здатні концентрувати в собі складні емоційні та ідеологічні послання, сприяючи об'єднанню суспільства та формуванню національної ідентичності. Фотографія, кінематограф, музика, політичні промови, відеоролики, соціальні мережі, книги – усе потрапляє у риторичне поле та вербалізує, візуалізує символи війни. Проведений авторкою аналіз дозволяє встановити, що у сучасних умовах риторично ці символи будуються за двома модусами: етосом та пафосом, а розум, шляхетність і вчинки створюють прихильність народу. Риторичні трансформації та стратегіями, якими оперують при вербалізації війни, мають потужний вплив на суспільну свідомість.

**Ключові слова:** *риторика, війна, комунікація, медіа, семіотика, пропаганда, політика, інформаційна безпека, цифровізація, візуалізація.*

Риторика ще ніколи не була так трансформована, дуалістична та розповсюджена, як у сьогоденні. Частково до цього причетний великий процес цифровізації. Потужні інструменти медіації (телебачення, Інтернет, соціальні мережі) створили інше, відмінне буття для існування людини. А разом із тим, вони створили простір (та дали можливість) для «конструювання реальності» та маніпуляції. Риторика завжди була дуалістичним інструментом: від створення пафосних промов, захисту власної думки до простого введення в оману людей, приховування істини та маніпуляції, нехтуючи етичними категоріями. Риторичні прийоми та стратегіями стають інструментами пропаганди, там, де свідомо є викривлення реальності, а цифровий простір дає безліч каналів для її розповсюдження.

У пропаганди завжди велика сегментація аудиторії, дуже часто вона не обмежується виключно однією групою. Так, з однієї сторони можуть лунати повідомлення: на власне населення, окуповані території, сусідні країни та весь світ. І саме вона створює наративи, приводи та аргументи для розв'язання війни.

Останні 10 років в Україні не просто актуалізувався, а став буттям концепт «війни», «концепт як соціокультурно маркований, вербалізований сенс, репрезентований мовними засобами вираження в ментальних одиницях, які формують загальнонаціональну асоціативно-вербальну павутину» [Маслова, 2023]. Він складається з індивідуальних і біполярних концептів: ворог / захисник, життя / смерть, свобода / окупація, біль, страх, патріотизм. Усі ці концепти вербалізуються та візуалізуються через мову, іконографіку та загальні риторичні наративи. Цифровий простір став ареною для риторичних дій, але ми можемо виокремити позитивні образи та символи в концепті «війни» та подати їх як альтернативу пропаганді.

Візуальна та вербальна складові у поєднанні з етикою реалізуються у процесі символізації. Саме образи та символи, які стоять на чолі суспільства є показниками етичних норм і цінностей, є прикладами для виховання поколінь, а також дають потужний емоційний підйом. Отже, метою нашої роботи є дослідити вербалізацію концепту «війна» крізь символи сучасної російсько-української війни.

Сучасний науковий простір достатньо наповнений зарубіжною та вітчизняною літературою на тему риторики, але проблематика війни в Україні не достатньо висвітлена через незавершений процес. Першоджерелом у вивченні риторики (як теоретичної так і практичної складової) є «Риторика» Арістотеля та діалог Платона «Горгій». До вітчизняних дослідників риторики ми можемо віднести: Н. Попову, Я. Артеменко, А. Артеменко, Я. Андріянову та ін. Роботи Н. Поповой Н. і Я. Артеменко використовуються при аналізі риторики як інструменту для «конструювання реальності». Тему символізму у вітчизняному просторі досліджувала О. Астапова-Вязміна. Символи війни крізь фотографію вивчали: М. Юноша та О. Косюк. «Міфологію війни» досліджувала О. Смержевська. С. Триколенко та І. Єлісєєв розглядали питання війни крізь сприйняття українських митців. Lilach Sagiv та Shalom H. Schwartz узагальнили дослідження щодо формування цінностей в різних культурах. К. Близнюк і С. Мельник розглядали асоціативний аспект терміну «герой».

24 лютого 2022 року – каталізатор у бутті українського народу, який створив динамічний розвиток національних, культурних, політичних трансформаційних процесів. Війна – явище однозначне із неоднозначними емоціями. З одного боку – це біль та страждання, а разом з цим, відчуття патріотизму та героїзму.

«Війна» як концепт є складним явищем. «У смислового вмісті концепту війна є квазікомпоненти – складники, які є, безсумнівно, оманливим. Це неправдиве трактування, розуміння сутності явища, перебільшення чи, навпаки, применшення його ролі, навіть певна сакралізація. Стосовно війни – це її героїзація, романтизація (оромантнення) [Огар, 2019]. Війна є біполярним явищем, бо захисника не буде без ворога / нападника, героя – без героїчного вчинку. Так само війна є і суто індивідуальною історією, наповненою болем і стражданням, так і колективним явищем, яке буде закарбоване в колективну пам'ять. Воно є настільки травмованим явищем, що після свого завершення є явищем сакральним. А головне, що концепт війни транслюється одразу декількома агентами. Так, А. Огар виділяє наступні категорії: письменників, журналістів, пересічних українців (очевидців подій) та військових [Огар, 2019]. На нашу думку, буде доречним віднести до першої категорії не тільки письменників, а й поетів, музикантів, фотомитців, художників та інших діячів культури. Бо усі ці митці під впливом емоцій вербалізують та візуалізують концепт війни, що може бути репрезентацією індивідуальної та колективної болі. Але важливим є підкреслення саме досвіду військових, «учасників війни, думка яких, попри свій суб'єктивізм – або саме через нього – є найоб'єктивнішою, найбільш повно презентує концепт, унаймає ті його сторони, які невідомі іншим, бо ними не переживалися» [Огар, 2019]. Але у даній роботі ми приділяємо увагу не спогадам чи суб'єктивним думкам, а репрезентації війни.

Уточнення потребують два близьких, але різних за своїм механізмом процеси: «вербалізації» та «візуалізації». Вербалізація – це вираження словами. «Вербалізований концепт може бути виражений лексичними, фразеологічними одиницями, тропеїчними конструкціями, усними й письмовими текстами, навіть етикетними формулами й відповідними тактиками мовної поведінки, зокрема й невербальними знаками» [Маслова, 2023]. Візуалізація відсилає нас до об'єктивного зображення речі, концепту, ідеї. Візуалізація – це дублювання концепту в іконічному знаку і тим самим відносить нас до невербального закарбування концепту. Але якщо брати цифровий простір, ми не можемо стверджувати, що ці процеси відбуваються окремо. Безумовно, від виду медіа, інструменту залежить передача інформації, але дуже часто, та ж сама ідея, той самий символ мають два канали передачі. Відтак, вербалізація може відбуватися в газетних текстах, а паралельно дублюватися в відеоролику, рекламі, фільмі.

«Візуалізація будь-якого символу функціонує у сфері ідеї зображення, комунікативного ефекту зображення та мети зображення. Останнє, маючи свою граматику, впливає на формування сприйняття предмета, існуючи у відношенні між власне знаками, між знаком і предметом, між знаком та ідеєю про предмет, між знаком і діями людей, між комунікантами у горизонталі використання знаку, формуючи багаторівневу структуру значень» [Астапова-Вязьміна, 2022, с. 4]. Риторика у цьому полі взаємозв'язків займає місце інструмента для досягання певного комунікативного ефекту за рахунок риторичних прийомів, стратегем і риторичного аналізу. Не дивлячись на те, що риторика переважно є «текстовим» явищем, у добу цифрового (інформаційного суспільства) вона набуває нового візуального значення, що посилює ефект щодо будування необхідної реальності та формування у населення певних наративів.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що процес риторичної вербалізації символів війни відбувається на декількох рівнях: політичному, інформаційному та мистецькому. Наприклад, це може бути: фотографія, кінематограф, мурали, пісні, перейменування вулиць, скверів і парків, випуск монет тощо.

Важливим питанням у вербалізації концепту «війна» є «військова риторика», яка найчастіше постає у двох амплуа: перше – використання риторики самими військовими у спілкуванні з військовими, роблячи офіційні заяви (як частина професіоналізму), а друге – використання риторики під час війни задля захисту населення. Я. Андріянова приходить до думки, що «військова риторика об'єднує систему правил побудови мовного впливу, що реалізуються не тільки як суто технічні вимоги до комунікативних якостей мовлення: стислості, точності, сили голосу тощо, але й більш загальних підходів до відповідності мовлення вимогам військової діяльності» [Андріянова, 2023]. На наш погляд, сьогодні будь-який меседж України зумовлений воєнним буттям, тому суто політична промова, витвір мистецтва тощо, автоматично стає у поле «військової риторики». Будь-який комунікативний акт, створений під впливом війни, є суто військовим. Згадуючи Арістотеля, риторика не належить до конкретного напрямку, вона є спільним надбанням. Тому, вона так само є інструментом для комунікативного акту.

У війни є обличчя, є плюралізм візуальних образів. Фотографія у контексті соціально-політичних подій сьогодення є інструментом фіксації «обличчя війни», є інструментом передачі правдивої (чи «маніпулятивної реальності»), але одночасно, може залишатися видом мистецтва, здатного закарбувати та передати емоції, ідеї та стан. І якщо «війна, формуючи контекст семіотичної істинності, існує у площині просторово-часових відносин, що дозволяє чітко окреслювати знакову систему, яку вона формує», то фотографія фіксує цей стан [Астапова-Вязьміна, 2022]. Фотографія існує у контексті та часовому просторі. М. Юноша та О. Косюк у дослідженні фотографії під час війни фіксують «контекст часу». Так, звичайні котики викликають неабияке задоволення у людей і багато позитивних емоцій і своїм існуванням вписуються у сучасний контекст. І в одному просторі можуть існувати і котики, і фотографії війни, а світлини військових з котиками можуть бути окремим видом контенту (як демонстрація доброти військових, так і славнозвісне порівняння «ЗСУ котики») [Юноша, Красюк, 2021].

«Війна не має унікальних рис, національностей чи народностей» [Юноша, Красюк, 2021, с. 182], оскільки емоції усіх війн однакові від болю до розпачу, наслідки війни однакові від зруйнованих будівель до смертей. І за стільки століть у війні (з моменту створення фотографії) вже сформовані свої символи війни. Наприклад, як «солдат, який годує собаку», як людина сидить перед великим зламаним будинком, або як лежить дитяча іграшка на фоні руйнувань [Юноша, Красюк, 2021]. Саме тому, через таку символічність можна не зрозуміти, у якій саме країні зроблена ця фотографія. Такі символи є загальними, не конкретними та масовими, але у контексті нашої роботи ми звернемося до фотографії як фіксації «обличчя», як створення конкретного символу. Наприклад, відомий портрет «Привида Києва». І хоча вже відомо, що це ціла ескадрилья, фотографія льотчика у шоломі стала візуальним зображенням «Привида Києва». Саме образ із цього портрета став

джерелом для постерів до неіснуючого фільму, муралів, його друкували на одержі та на листівках. Розповсюдження легенди (новини, блогери, меми в соціальних мережах) + візуал + загадковість створює відчуття супергероїзму та підйому. Також «обличчям війни» є командир батальйону «Вовки Да Вінчі» Дмитро Кощобайло з позивним «Да Вінчі». «Недаремно Президент назвав Дмитра, який повернувся до рідного дому на щиті, людиною-символом, «одним із тих, чия особиста історія, характер, сміливість навіки стали історією, характером і сміливістю України» [Лисак, 2024, с. 432]. Досліджуючи питання війни крізь мистецтво, С. Триколенко та А. Єлісеєв доходять висновку, що в сучасній російсько-українській війні «в образах героїв минулих часів постають герої сучасності – військові, політики, волонтери» [Триколенко, 2023]. Наприклад, Борис Джонсон був втілений в образі козака Мамаєва.

Протилежним інструментом до візуалізації війни (на відміну від фотографії) є неологізми, словотворення та мова загалом. «Мова – явище не статичне» [Огар, 2019] і саме в ній ми бачимо трансформативні процеси в свідомості українців. Починаючи від звичайних термінів для війни як «ворог», до нових словотворень, як «раписти».

Так «ворог» у свідомості українців виявляється через бінарну опозицію. [Близнюк, 2023]. Ворог пізнається через захисника, а захисник не може існувати без ворога.

Таке найменування у риторичному дискурсі може бути проявом: ампліфікації, ярлика, елокуції. Додатково це може бути «градацією», коли замість ворога чи руських (за національною ознакою), вороги визначаються як раписти. Колективна пам'ять ще пам'ятає Другу світову війну: фашистів і нацистів. У процесі порівняння дій німців під час Другої Світової війни та руських у 2022-му році виникла аналогія. З тієї ж причини, росія не називає війну війною, а спеціальною військовою операцією.

У контексті запропонованої проблематики іншими прикладами вербалізації війни можуть бути гасла. «Вірю в ЗСУ» – неофіційне гасло українців, яке розповсюдилося від проголошення в масмедіа до друкування на футболках. О. Смержевська у своїй роботі «Міфологія війни» порівнює це гасло із «мантрою» [Смержевська, 2022], яка може знаходити своє візуальне відображення у мистецтві і бути проявом аристотелівського пафосу. Цікавим прикладом може бути висловлювання: «Руський військовий корабель іди...». Попри те, що воно містить ненормативну лексику, фраза стала легендарною. З одного боку, фраза належить конкретній людині, але візуально яку ніхто не бачив. Тільки після звільнення з полону, стало відомо, що вона належить українському військовослужбовцю Роману Валентиновичу Грибову. Але одночасно вона стала узагальненням захисників острова Зміїний. Ця фраза стала підводкою перед Гімном України на національному телебаченні, цитована президентом під час новорічної привітальної промови, багато вживана звичайними громадянами й стала «крилатою». А головне, що вона стала вербалізацією непокірності українського народу.

«Мовні засоби створюють «можливий» або «прийнятний новий світ», який, своєю чергою, модифікує ідентичність людини». Але така риторична вербалізація має носити загальний характер, бути у полі маскультури. І в такому масовому руслі змінюється ідентичність кожної окремої людини. Наприклад, «культура, яка нас оточує, є критичним контекстом, який формує розвиток особистих цінностей і їх вираження» [Sagiv, 2022]. «Цінності – це когнітивні уявлення основних мотивацій як цілей, до яких слід прагнути. Люди впорядковують свої цінності в ієрархії важливості, яка виражає їхні пріоритети цінностей» [Sagiv, 2022]. І саме через цінності ми приймаємо ті чи ті рішення в контексті повсякденного дискурсу. Ми даємо оціночне судження про світ через власні цінності, які формуються через культуру та суспільство.

Одним із перших символів війни з 2014 року є «Кіборги». «Кіборги» – українські військові, які у 2014-2015 роках героїчно захищали Донецький аеропорт імені Сергія Прокоф'єва. Термін «Кіборги» означає вид біологічних організмів, які будуються з заліза та металу, мають у собі елемент технологічності. Це і вербально і візуально автоматично ставить їх у позицію сильних, незламних і войовничих особистостей. Тож літературні

мовні засоби (асоціації, метафори та порівняння) підійшли під захисників аеропорту, що потім закріпилися в українській культурі як неологізми. Саме внутрішні характеристики захисників (сила, незламність, мужність) порівняні з кіборгами. Далі героїчність закріпилася у вербалізації у створенні фільму, поштових марках, монетах, книгах і навіть коміксах. Окрім неологізму візуально це закріпилося у символі – диспетчерської вежі в аеропорту.

12-та бригада спеціального призначення «Азов» (2014 р. полк Азов) відома не тільки в Україні, але і за її межами. Найвідомішим подвигом є оборона Маріуполя та «Азовсталі». Вербалізація війни, її риторична та візуальна складові добре представлена фотознімками Дмитра Козацького з позивним «Орест». Фотографія «Світло переможе» у 2022 р. стала відомою на весь світ, навіть увійшла до списку «100 найкращих фотографій 2022 року» за версією журналу «Time». Інші портрети побратимів Дмитра також стали легендарними, показуючи життя та стан військових на металургійному комбінаті «Азовсталь». У цьому випадку це фіксування життя, фіксування обличчя, фіксування війни. «Азовці» і вербально, і не вербально стали символом мужності та незламності.

Але також вони стали об'єктом пропаганди росії. Символіка «Азова», їх ритуали та любов українців привернули увагу пропагандистів, що методично займалися перекрученням правдивої інформації та «створенням своєї реальності». Утворюється герменевтична проблематика із істинністю інтерпретування та аргументації. Наприклад, у російській літературі та масмедіа полк «Азов» постає як «известная неонацистская организация Украины», чію діяльність досліджують з 2014 року. Або 22 вересня «День пам'яті полеглих побратимів» називають «сатанинським обрядом».

Іншим прикладом вербалізації і візуалізації війни можна вважати пса Патрона. Універсальний образ для дорослих та дітей. Популярність в соціальних мережах, лекції для дітей, зустрічі з відомими людьми, прототип іграшок, герой мультсеріалу, герой пісень та книжок, пес Патрон асоціюється з добром під час страшної війни.

Запропонована нами тема багатогранна й складна, а матеріальна база для аналізу поповнюється із великою швидкістю. І поки триває війна, цифровий та фізичний простір будуть поповнюватися новими символами, прикладами, героями, а концепт війни дедалі буде ускладнюватися. Але якщо піддавати узагальненню усі зазначені символи війни з точки зору класичної аристотелівської риторики, вони будуються переважно на двох модусах: етос і пафос. «Етос» – базується на авторитеті. «Пафос» – базується на емоціях [Aristotle's, 2019]. Довіра народу до них складається із головних етичних елементів: прихильність, розум і добродійні вчинки. «Argumentum ad ignorantiam» у вербалізації війни полишені сенсу, бо символи фізично реальні, візуально представлені, тримаються на реальних вчинках. Риторика як інструмент створення реальності впливає на цілі покоління, формуючи конкретні особистості.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Андріянова О. Особливості військової риторики. *Grail of Science*. 2023. № 29. С. 259–261. DOI: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.07.07.2023.042>.

Астапова-Вязьміна О. Політичні переживання ілюстрації війни: синтагматичний аналіз візуальних символів. *Epistemological Studies in Philosophy Social and Political Sciences*. 2022. № 5(1). С. 3–10. DOI: <https://doi.org/10.15421/342201>

Близнюк К., Мельник С. Концепт герой в умовах війни: асоціативний аспект. *Закарпатські філологічні студії*. 2023. Т. 1, № 28. С. 28–33. DOI: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.28.1.5>.

Лисак В., Попадинець М. Особливості формування націоцентричного світогляду українця-патріота лінгвопсихологічними засобами. *Scientific Research: Theoretical Foundations and Practical Applications*. 2024. С. 431–433. URL: [https://isu-conference.com/wp-content/uploads/2024/01/Scientific\\_research\\_theoretical\\_foundations\\_and\\_practical\\_applications.pdf](https://isu-conference.com/wp-content/uploads/2024/01/Scientific_research_theoretical_foundations_and_practical_applications.pdf)

Огар А. Вербалізація концепту війна в сучасному художньому дискурсі. *Рідне слово в етнокультурному вимірі*. 2019. С. 38-47 DOI: <https://doi.org/10.24919/2411-4758.2019.177323>

Маслова Ю. Вербалізація концептів війна, мир, жінка, чоловік у газетному дискурсі України у воєнний період. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: Серія «Філологія»*. 2023. № 85(17), С. 71–77. URL: <https://journals.oa.edu.ua/Philology/article/download/3804/3450/6485>.

Сморжевська О. Міфологія війни: мистецькі образи та смисли. *Українознавчий альманах*. 2022. № 30. С. 108–114. DOI: <https://doi.org/10.17721/2520-2626/2022.30.15>

Триколенко С., Єлісєєв І. Війна очима українських митців - знакові образи і новітня символіка. *Сталий розвиток авіаційної структури України*. 2023. С. 285–300. DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-312-8-11>

Юноша М., Красюк О. Фотопортрет як обличчя війни. *Innovative areas of solving problems of science and practice* : Міжнар. науково-практ. конф., м. Осло, 8 листоп. 2021 р. 2021. С. 179–183. URL: <https://isg-konf.com/wp-content/uploads/2022/11/Innovative-areas-of-solving-problems-of-science-and-practice.pdf>.

Aristotle's. *Art of Rhetoric*. trans. Robert C. Bartlett. University of Chicago Press. 2019. 288 p.

Sagiv L., Schwartz S. Personal Values Across Cultures. *Annual Review of Psychology*. 2022. VOL. 73(1). Pp. 517–546. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-020821-125100>.

### **Ткаченко Валерія Вікторівна**

аспірантка, філософський факультет

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

майдан СВОБОДИ, 4, Харків, 61022, Україна

E-mail: [lerok.t@gmail.com](mailto:lerok.t@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7135-6659>

Стаття надійшла до редакції: 24.08.2024

Схвалено до друку: 22.10.2024

---

## **VERBALIZATION OF WAR IN THE MODERN DIGITAL SPACE**

### **Tkachenko Valeriia V.**

PhD Student, Faculty of Philosophy

V. N. Karazin Kharkiv National University

4, Maidan Svobody, Kharkiv, Ukraine

E-mail: [lerok.t@gmail.com](mailto:lerok.t@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7135-6659>

### **ABSTRACT**

The research conducted by the author is framed within the concept of "war" and its verbalization in the modern digital space. One of the tools in this process is rhetoric, as a means of argumentation, persuasion, and reality construction. Due to the complexity of the digital space, the author distinguishes between "verbalization" and "visualization," both of which participate in the construction of reality. The conceptualization of war in the modern Ukrainian context is impossible without symbolization, which occurs in all forms and formats. Analyzing symbolic figures, the author emphasizes their role in shaping public opinion, creating Ukraine's image on a global level, and the overall perception of the war. The author highlights several key symbols that have gained wide recognition during the Russo-Ukrainian war: "Cyborgs," "Da Vinci," "Ghost of Kyiv," the Azov Regiment, the defenders of Snake Island, the dog Patron, and others. The article argues that symbols play a crucial role in the rhetoric of war, as they are capable of concentrating complex emotional and ideological messages, contributing to the unification of society and the formation of national identity. Photography, cinema, music, political speeches, videos, social media, books – all fall into the rhetorical field and verbalize, visualize the symbols of war. The analysis conducted by the author establishes that in modern conditions, these symbols are rhetorically

constructed according to two modes: ethos and pathos, and reason, nobility, and deeds create the people's allegiance. The rhetorical transformations and strategies used in the verbalization of war have a powerful impact on public consciousness.

**Keywords:** *rhetoric, war, communication, media, semiotics, propaganda, politics, information security, digitalization, visualization.*

## REFERENCES

- Andriyanova, O. (2023). Features of military rhetoric. *Grail of Science*, (29), pp. 259–261. DOI: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.07.07.2023.042> (In Ukrainian)
- Astapova-Vyazmina, O. I. (2022). Political experience of war illustration: a syntagmatic analysis of visual symbols. *Epistemological Studies in Philosophy Social and Political Sciences*, 5(1), pp. 3–10. DOI: <https://doi.org/10.15421/342201> (In Ukrainian)
- Bliznyuk, K., & Melnyk, S. (2023). The concept of hero in wartime: associative aspect. *Transcarpathian philological studies*, 1(28), pp. 28-33. DOI: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.28.1.5> (In Ukrainian)
- Lysak, V., & Popadynets, M. (2024). Features of the formation of the national-centric worldview of a Ukrainian by linguistic and psychological means. In *Scientific Research: Theoretical Foundations and Practical Applications*. pp. 431-433. URL: [https://isu-conference.com/wp-content/uploads/2024/01/Scientific\\_research\\_theoretical\\_foundations\\_and\\_practical\\_applications.pdf](https://isu-conference.com/wp-content/uploads/2024/01/Scientific_research_theoretical_foundations_and_practical_applications.pdf) (In Ukrainian)
- Maslova, Y. (2023). Verbalisation of the concepts of war, peace, woman, man in the newspaper discourse of ukraine in the wartime period. *Scientific Notes of the National University of Ostroh Academy: Philology Series*, 85(17), pp. 71-77. URL: <https://journals.oa.edu.ua/Philology/article/download/3804/3450/6485>.
- Ogar, A. (2019). Verbalisation of the concept of war in contemporary artistic discourse. *Native word in the ethnocultural dimension*. pp. 38-47 DOI: <https://doi.org/10.24919/2411-4758.2019.177323> (In Ukrainian)
- Smorzhevskaya, O. (2022). Mythology of war: artistic images and meanings. *Ukrainian Studies Almanac*, (30), pp. 108-114. DOI: <https://doi.org/10.17721/2520-2626/2022.30.15> (In Ukrainian)
- Trykolenko, S., & Eliseev, I. (2023). War through the eyes of ukrainian artists - iconic images and modern symbolism. *Sustainable development of aviation infrastructure of ukraine*, pp. 285-300. DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-312-8-11> (In Ukrainian)
- Yunosha, M., & Krasiuk, O. (2024). Photographic portrait as a face of war. In *Innovative areas of solving problems of science and practice*. International Scientific and Practical Conference, Oslo, November 8, 2021. 2021. pp. 179–183. URL: <https://isg-konf.com/wp-content/uploads/2022/11/Innovative-areas-of-solving-problems-of-science-and-practice.pdf>. (In Ukrainian).
- Aristotle's (2019) *Art of Rhetoric*. trans. Robert C. Bartlett. *University of Chicago Press*.
- Sagiv, L., & Schwartz, S. H. (2022). Personal Values Across Cultures. *Annual Review of Psychology*, 73(1), pp. 517–546. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-020821-125100>

Article arrived: 24.05.2024

Accepted: 12.08.2024

**Як цитувати:** Ткаченко, В. (2024). ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ВІЙНИ У СУЧАСНОМУ ЦИФРОВОМУ ПРОСТОРИ. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філософія. Філософські перипетії»*, (71), 111-117. <https://doi.org/10.26565/2226-0994-2024-71-09>

**In cites:** Tkachenko, V. (2024). VERBALIZATION OF WAR IN THE MODERN DIGITAL SPACE. *The Journal of V. N. Karazijn Khar'kin National University, Series Philosophy. Philosophical Peripeteias*, (71), 111-117. <https://doi.org/10.26565/2226-0994-2024-71-09> [In Ukrainian]