

М. В. Вербовецький

аспірант

e-mail: max.verbovetskiy@gmail.com, ORCID: 0009-0002-0510-8857Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка
вул. М. Кривоноса, 2, м. Тернопіль, Україна, 46027**РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ЕМОЦІЙНОГО КОНТЕНТУ В МЕДІАДИСКУРСІ ВІЙНИ
(НА МАТЕРІАЛІ ПЕРЕДАЧІ «І СИЛА, І ВОЛЯ» КАНАЛУ «ТЕРНОПІЛЬ-1»)**

Мета статті – виявити особливості емоційного контенту та основних типів емоційних наративів у медіаматеріалах про війну на матеріалі інтерв'ю з колишнім військовополоненим Андрієм Базюрою в передачі «І сила, і воля». Об'єктом дослідження є медійний контент регіональних медіа, присвячений висвітленню воєнних подій, а предметом – емоційні характеристики та наративні особливості інтерв'ю про досвід перебування в російському полоні.

Методологія дослідження. Методологічну основу дослідження становлять: дискурс-аналіз – для деконструкції воєнного медіадискурсу; контент-аналіз та лінгвістичний аналіз – для виявлення емоційно-оцінної лексики; наративний метод – для вивчення структури монологів про травматичний досвід. Також застосовано аналіз вербальних і невербальних засобів для дослідження ролі паралінгвістики в підсиленні емоційного фону передачі, кількісний метод – для виявлення співвідношення емоцій і герменевтичний метод для інтерпретації глибинних сенсів пережитого досвіду й впливу на емпатію глядачів.

Результати. У статті проаналізовано особливості емоційного контенту медіаматеріалів про війну на прикладі передачі «І сила, і воля» телеканалу «Тернопіль-1». Актуальність дослідження зумовлена трансформацією медійного простору України в умовах повномасштабної війни, коли медіа виконують не лише інформаційну, а й мобілізаційну, консолідаційну та емоційно-підтримувальну функції. Емоційний компонент медіадискурсу впливає на формування суспільних настроїв, сприяє розвитку емпатії та формуванню колективного наративу війни. Розглянуто підходи до вивчення емоцій у медіа в межах лінгвістики емоцій, медіалінгвістики та теорії комунікації. Проаналізовано структуру емоційного дискурсу інтерв'ю, побудованого у формі персоналізованого монологічного наративу. Встановлено, що емоційна організація матеріалу формується через тематичні блоки (початок вторгнення, полон, умови утримання, виживання, рефлексія після звільнення). Виявлено домінування негативних емоцій травматичного досвіду (?62%), врівноважених позитивними емоціями (?38%), які виконують стабілізаційну функцію. З'ясовано, що емоційність медіатексту реалізується через поєднання вербальних і невербальних засобів, а персоналізовані свідчення сприяють формуванню емпатії аудиторії.

Новизна полягає в комплексному аналізі емоційного дискурсу регіонального медіаінтерв'ю як персоналізованого наративу про війну, зокрема у визначенні негативних і позитивних емоцій та виявленні їх функцій у формуванні медіареальності й суспільного сприйняття воєнних подій.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані в практиці журналістики та медіакомунікацій для створення емоційного контенту, у навчальних курсах із медіалінгвістики та соціальних комунікацій, а також для розробки стратегій висвітлення воєнної тематики з урахуванням її впливу на аудиторію й формування колективної пам'яті.

Ключові слова: медіадискурс, журналістика війни, інтерв'ю, емоційний контент, вербальні засоби комунікації, невербальні засоби комунікації, канал «Тернопіль-1», «І сила, і воля».

I. Вступ

Роль важливого фактора трансформації сучасного медійного простору відіграла повномасштабна війна російської федерації проти України. З 2022 р. значно активізувалися дослідження, присвячені особливостям функціонування медіа в умовах війни, оскільки вони не лише виконують інформаційну функцію, а й відіграють важливу роль у формуванні суспільних настроїв, підтримці морального духу населення та мобілізації громадянського суспільства. Медіа є інструментом «впливу на маси» [10, с. 156], оскільки висвітлення воєнних подій у медіа супроводжується значним емоційним компонентом, який впливає на сприйняття інформації аудиторією.

Емоційний контент медіадискурсу в таких випадках має потужний емоційний вплив на аудиторію, адже через емоції відбувається формування емпатії (усвідомлення себе на місці іншої людини) [9, с. 87], а також створення суспільного наративу війни. З огляду на це, дослідження емоційного складника комунікації є важливим напрямом медіалінгвістики та комунікативістики.

Становлення лінгвістики емоцій як самостійної наукової галузі відбулося у ХХ ст. на перетині психології та класичного мовознавства. Актуалізації сприяло утвердження антропоцентричної парадигми, що змістило фокус досліджень на мовну особистість та її психологічні характеристики. Проблема емоційності в медіадискурсі є предметом міждисциплінарних праць, що поєднують підходи журналістикознавства, соціальної психології та теорії комунікації щодо впливу на різні соціальні групи. Значний внесок у вивчення емоцій, зокрема в медіа, зробили зарубіжні науковці (К. Валь-Йоргенсен, К. Ізард, З. Папачаріссі та ін.). В українській науковій традиції питання функціонування медіа в кризових умовах розглядали О. Зернецька, В. Іванов, О. Ковальчук, Н. Кузнецова, О. Мелешенко, В. Різун, О. Селіванова, Н. Сидоренко та ін. У їхніх працях проаналізовано роль медіа у формуванні громадської думки, особливості журналістської діяльності в умовах суспільних криз та значення медіа в такі періоди. Попри значну кількість досліджень, проблема емоційного контенту в медіаматеріалах про війну потребує подальшого комплексного аналізу.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета статті – виявити особливості емоційного контенту та основних типів емоційних наративів у медіаматеріалах про війну на матеріалі інтерв'ю з колишнім військовополоненим Андрієм Базурою в передачі «І сила, і воля». Об'єктом дослідження є медійний контент регіональних медіа, присвячений висвітленню воєнних подій, а предметом – емоційні характеристики та наративні особливості інтерв'ю про досвід перебування в російському полоні.

Методологічну основу дослідження становлять: дискурс-аналіз – для деконструкції воєнного медіадискурсу; контент-аналіз та лінгвістичний аналіз – для виявлення емоційно-оцінної лексики; наративний метод – для вивчення структури монологів про травматичний досвід. Також застосовано аналіз вербальних і невербальних засобів для дослідження ролі паралінгвістики в підсиленні емоційного фону передачі, кількісний метод – для виявлення співвідношення емоцій та герменевтичний – для інтерпретації глибинних сенсів пережитого досвіду й впливу на емпатію глядачів.

III. Результати

Емоційний контент є важливим компонентом медійного висвітлення подій у період війни, оскільки впливає на формування громадської думки, ставлення до тих чи інших подій у критично важливі моменти суспільних зламів. В умовах воєнного медіадискурсу емоційність трансформується з додаткового атрибута в один із фундаментальних інструментів конструювання реальності.

Дослідники комунікаційних процесів підкреслюють, що емотивний шар медіаповідомлень виходить далеко за межі простої експресії: він визначає когнітивні рамки (фрейми), через які аудиторія здійснює смислову дешифровку та оцінку інтерпретацію воєнних подій. Використання широкого спектра каналів забезпечує цілісність комунікаційного циклу, що приводить до формування колективного емоційного відгуку. Через послідовні етапи поширення, інтерпретації та уніфікації розуміння контенту масмедіа ефективно виконують роль програматора масових емоцій в українському соціумі, тобто реалізують не лише інформаційну, а й мобілізаційну та консолідаційну функції. Саме вони в соціальних комунікаціях, на думку А. Белецької, є чуттєвою реакцією великих мас людей на появу соціально значущої інформації [1, с. 63–77].

Емоції – «це одна з форм відображення навколишньої дійсності, що позначає душевні переживання, хвилювання, почуття, які фіксуються в мові людини. Вони стосуються як біологічного, так і духовного рівня існування людини, її поведінки і досвіду» [2, с. 180]. У сучасній науковій парадигмі класифікація емоцій традиційно здійснюється за критеріями аксіологічного знака (позитивні/негативні) і модальності (радість, інтерес, сум тощо). Експлікація емоцій розглядається як їхнє опосередкування та маніфестація в мовленні, що детерміновано єдністю внутрішнього переживання й зовнішнього вияву.

У сучасному інформаційному середовищі важливого значення набувають персоналізовані історії та свідчення очевидців подій – інтерпретації пережитого досвіду. Такі матеріали сприяють глибшому усвідомленню наслідків подій, формують емпатію та сприяють розвитку соціальної солідарності [11].

Передача «І сила, і воля», що транслюється на каналі «Тернопіль-1» [8], побудована у формі монологічного дискурсу сповідального жанру. Персоналізовані історії надають змогу аудиторії глибше усвідомити людський вимір війни. Інтерв'юер у кадрі відсутній, проте виконує роль емоційного модератора комунікації. Його питання спрямовані на уточнення травматичних епізодів, створення простору для емоційної відкритості. При цьому для комунікативної стратегії інтерв'юера характерні уникнення агресивної конфронтації; акцент на особистісному досвіді героя, що надає змогу підтримувати баланс між інформативністю та емоційною чутливістю теми.

Загальна характеристика емоційного дискурсу інтерв'ю показує, що воно має високий рівень емоційної насиченості. Це пояснюється тематикою розмови (війна, полон, тортури, психологічний тиск). Емоційна структура інтерв'ю формується через такі тематичні блоки: опис початку повномасштабного вторгнення; досвід перебування в полоні; умови утримання в російських тюрмах; психологічні механізми виживання; рефлексія після звільнення. Емоційна тональність у їх межах часто є полярною: інформація про перебування в полоні супроводжується негативними емоціями, а після звільнення супроводжується позитивними та стабілізаційними емоційними маркерами. Ці блоки відповідають етапам особистісного наративу героя. Емоційні маркери в такому монолозі переходять від безпосереднього «я-переживання» до сприйняття глядачем: мовець транслює свій травматичний досвід, а глядач через медіаформат декодує його, формуючи емоційне ставлення. В аналізованому інтерв'ю простежуються стратегія свідчення (респондент виступає як

очевидець воєнних злочинів і порушень прав людини); персоналізації війни (подання інформації через індивідуальний досвід, що підсилює емоційний вплив); моральної легітимації (формування граничного розмежування між жертвою та агресором).

Оцінка є соціально детермінованою, бо будь-яка активність суб'єкта є зумовленою соціальним середовищем, а критерії її оцінювання безпосередньо залежать від чинних суспільних факторів. «Оскільки оцінка спирається на досвід суспільства, вона є культурно значущою. Оцінка спричинює існування культури як створення й опанування цінностей і вироблене ставлення до них» [5, с. 168]. Згідно з підходами медіалінгвістики, емоційний компонент медіатексту проявляється через лексичні маркери емоційності (емоційно забарвлену лексику); оцінні висловлювання та нарративні структури, що відтворюють пережитий досвід. Основними способами репрезентації емоційних станів є вербальний (лінгвістичні засоби) та невербальний (міміка, кінесика, пантоміміка). Перші підпорядковані тематиці й репрезентують особливості на кожному мовному рівні [6, с. 181]. Використання емоційно-експресивних засобів мови поглиблює висвітлення процесів медіатизації. Це не лише збагачує лексеми новими семантичними нюансами, а й виступає ефективним інструментом для інтенсифікації взаємодії з аудиторією [4, с. 14].

Так, емоційність лексики виявляється в доборі слів, фраз, виразів, які мають емоційно забарвлений зміст. До них належать слова, що виражають почуття, які переживає сам мовець чи інша особа; слова-оцінки, що кваліфікують поняття як позитивне чи негативне лексичними засобами; слова, емоційне значення яких виражається граматично.

Лексика на позначення негативних емоцій – це вагомий пласт мовних одиниць, що описують реальні війни. Респондент використовує слова, які передають не лише фізичний біль, а й психологічний тиск, – лексику негативних переживань, серед яких страх, тривога, приниження; лексика болю, страждань («страх», «страшно», «знущання»), а також група лексем, що свідчить про песимістичне очікування молоді людини, – «тюрма, сирість, стовбняк», «агресивно ставилися», «буде іздевательство»). Такі слова підсилюють емоційне сприйняття важких умов.

Одними з домінантних категорій негативних емоцій у досліджуваному інтерв'ю є страх та гнів. Страх виявляється переважно у фрагментах, де респондент описує умови утримання в російських тюрмах, фізичний і психологічний тиск, а також невизначеність щодо власної долі. Лексичні маркери страху представлені словами та висловами, що відображають відчуття небезпеки, невпевненості й постійної загрози. Особливістю є те, що страх у наративі героя має не лише індивідуальний, а й колективний характер, оскільки пов'язаний із таким становищем інших полонених. Емоції гніву супроводжуються використанням оцінної лексики та виражених моральних суджень. Такі висловлювання формують чітке розмежування між сторонами конфлікту та підсилюють етичний вимір медіадискурсу.

Страх і гнів є одними з найбільш характерних емоцій у медіаматеріалі про війну. Повідомлення через свідчення очевидців підтримують відчуття небезпеки, активізують відчуття співпереживання, яке є важливим елементом емоційного контенту. «Колективна травма стає соціально значущою тоді, коли вона набуває нарративної форми та входить у публічний дискурс» [11].

Респондент активно використовує негативну лексику для передавання страху та пригнічення, що номінує такі почуття, як безвихідь, тиск, приниження, невідомість, відчай. Ці слова створюють емоційний фон «важкого тексту». Дієслова насильства: «угрожать», «вдарить», «заялювали», «зв'язать», «автомат в спину», «ламати», «застрелим», «застрелять всіх» – підкреслюють динаміку знущань. Аналогічну функцію виконують і описи тортур та їх знарядь: «били шокером», «з палкою дерев'яною».

До негативнооцінної лексики зараховуємо й маркери «чужого» простору: використання специфічного жаргону або описів побуту тюрм («камера», «приймка», «допит», «СІЗО», «поза зв'язочки»). Функція цих емоцій полягає в репрезентації травматичного досвіду, створенні ефекту емпатії в глядача, демонстрації дегуманізованих умов утримання.

Лексика на позначення позитивних емоцій – це лексика, до якої зараховуємо слова емоційної стійкості, зокрема віри, надії, сили духу, підтримки («вірив», «побратим», «націоналіст», «Азов», «Айдар», «мирно, дружно»). Надія сприяє психологічній стабілізації наративу, демонструє внутрішню стійкість героя, хоча часом ця надія марна («Може відпустять, хватить уже», «Ми повірили»), проте формує позитивну перспективу, надає змогу респонденту інтерпретувати свій досвід не лише як травму, а і як випробування, яке можна подолати: «Жити хотілося». З погляду медіакомунікації, ця категорія емоцій виконує стабілізаційну функцію, зменшуючи рівень емоційної напруги в наративі. Емоції стійкості виявляються у твердженнях респондента про те, що полон не зламав його морально та психологічно, утверджують його здатність протистояти екстремальним обставинам.

Респондент в інтерв'ю активно використовує дієслівні форми із запереченням, виражені часткою «не»: «не зламав», «не повторив», – що формує образ стійкої людини через протиставлення обставинам. Героїзація є важливим компонентом медіадискурсу війни – підкреслюється мужність військових, які виконують важливі соціальні функції. Ціннісно орієнтовані поняття виступають контрастом до лексики полону. Ці словоформи формують установу опору й психологічної стійкості.

Окрім власне емоційної лексики, засобом вираження оцінності виступають оцінно-емоційні вислови: «не зламав мене», «називали мене...», «я боявся», «Я з собою сам попросився...», «Я попросився», «не розумієш, що буде далі», «боявся за своє життя», «витримав усе» тощо. Особливого забарвлення тексту надають фразеологізми та усталені вирази, які автор щедро використав у своєму

мовленні з метою підкреслення полярних оцінок: «18 років... якимось не хочеться на той світ йти», «Аналогів нет», «як свиням поставили», «дали хорошої прописки», «Время там як стоїть...» тощо.

Респондент активно вживає оцінну лексику та експресиви, описуючи окупантів та умови, у яких перебував. Він часто використовує слова з виразним оцінним компонентом, у яких дегуманізація ворога є способом захисту психіки.

До емоційно забарвлених належать також лайливі та вульгарні слова, у яких «емоційність слова розуміють як його стилістичні характеристики. До експресивно забарвленої лексики можна віднести розмовні та просторічні слова. Просторічні слова вживають здебільшого з метою надання зневажливої, іронічної, грубуватої, фамільярної оцінки предметам та явищам» [5, с. 173–174]. З-поміж виявлених: «Життя так крутнулося», «В сраку» тощо. Особливої уваги заслуговує військовий сленг, який є нормальним явищем у середовищі військових, а на сьогодні відомий великій частині українського суспільства: «позивний», «істребітель», «сторовики», «контрактник», «кинув вспишку», «прилетіло», «летять вертушки», серед них і терміни, власні назви «Гла – 1». Як бачимо, серед них багато росіянізмів, що власне притаманне цій групі лексики.

Грамматичний рівень оцінності виявлений через специфічні конструкції, зокрема «на тюрмі», що умовно співвідноситься із зневажливим, а також слова з формантами оцінки: «бистренько», «я там познайомився з хлопчиком». Емоційними підсилювачами виступають прислівники міри, «взагалі», «даже», «дуже сильно», «найстрашніше», а також заперечні займенники – «потом вже не було нікого», акцентуючи на пікових моментах переживань.

Грамматична архітектура емоційного мовлення базується на зміні стандартних структур. Динаміка почуттів реалізується через використання уточнювальних компонентів, вставних елементів та зміну звичного порядку слів. Коли ж напруга сягає піку, текст стає фрагментарним: з'являються плеонастичні повторення та обірвані фрази, що відображають стан мовця: «Вивезли нас... 4 березня... На моє день народження...», «Потім уже, нас уже...», «Попав до полону... Попав до полону...», «До своїх хлопців, побратимів».

На відміну від репрезентативної спрямованості вербальних засобів, невербальний складник комунікації має переважно оцінний характер, маркуючи ставлення суб'єкта до інформації або адресата. До основних категорій невербальних засобів належать такі: а) паралінгвістичні (акустичні або звукові, тобто пов'язані з промовою, – інтонація, гучність, тембр, тон, ритм, висота звуку, мовні паузи та їх локалізація в тексті); б) екстралінгвістичні, тобто не пов'язані з промовою засоби комунікації, – сміх, плач, кашель, зітхання, скрегіт зубів, «шмигання» носом тощо; в) тактильно-кінестетичні (фізичний вплив – ведення сліпого за руку, контактний танець та ін.; такесика – потиск руки, ляскання по плечу); г) ольфакторні (приємні і неприємні запахи навколишнього середовища); д) кінетичні (погляд, рухи, пози)» [3, с. 27]. Невербальні засоби зазвичай не мають самостійного змісту у відриві від контексту. У процесі спілкування вони працюють як єдина система, де жести, міміка та слова тісно взаємодіють і доповнюють одне одного.

Важливим елементом передавання емоційного тексту в інтерв'ю є специфіка розмовної мови та пауз, оскільки лінгвістичний аналіз емоційності неможливий без урахування паралінгвістичних елементів. Серед таких засобів – еліпсис (пропуски слів), коли автор тексту не може підібрати слова через емоційну напругу. До таких самих засобів належать і довгі паузи, які підсилюють значення сказаного перед цим. Посмішка, зітхання, зміна інтонації в мовленні теж виступають засобами створення емоційності. На думку Т. Осіпової, межа між вербальною і невербальною комунікацією досить нечітка. Наприклад, інтонація є лінгвістичним елементом і водночас слугує паралінгвістичним компонентом [7].

Аналіз інтерв'ю показав, що в ньому домінують негативні емоції травматичного досвіду – страх / тривога, розгубленість, розпач, гнів / обурення ?62% від усього емоційного контенту, проте вони врівноважуються емоціями стійкості та надії, віри ? 38% (рис. 1).



Рис. 1. Співвідношення негативних і позитивних емоцій у дискурсі інтерв'ю

IV. Висновки

Експресивність у дискурсі є інструментом аксіологічного маркування повідомлення. Для адресанта вона стає механізмом актуалізації суб'єктивного модусу через вербалізацію внутрішніх станів, тоді як для адресата – каталізатором когнітивної активності, що забезпечує інтенсифікацію сприйняття та резонансний емоційний відгук на отриману інформацію

Емоційний компонент відіграє важливу роль у сучасному медійному дискурсі війни: журналістські матеріали не лише інформують аудиторію про події, а й формують їх емоційне сприйняття. Основними емоційними домінантами є страх, гнів, надія та внутрішня стійкість, які формують наратив пережитого досвіду. Емоційна динаміка медіатексту формується через поєднання негативних переживань травматичного досвіду та позитивних емоцій стійкості й надії. Ефективним засобом передачі емоційних переживань у медіадискурсі є використання мовних (вербальних) засобів і засобів невербальної комунікації.

Отже, інтерв'ю з колишніми військовополоненими можна розглядати як важливий елемент сучасного українського медіадискурсу, що сприяє формуванню суспільного розуміння війни та колективної пам'яті про пережиті події. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на аналіз емоційного контенту війни в соціальних мережах і цифрових медіа, які відіграють важливу роль у сучасному інформаційному середовищі.

Список використаної літератури

1. Белецька А. Природа масово-емоційних технологій у соціальній комунікації. Інформаційне суспільство. 2016. № 24. С. 63–77.
2. Заболотна Т. Невербальні та вербальні компоненти спілкування як засоби вираження емоцій. Актуальні питання гуманітарних наук. 2023. № 61 (1). С. 175–181.
3. Ковалинська І. В. Невербальна комунікація. Київ : Освіта України, 2014. 289 с.
4. Кушнір О., Біла Н., Мединська О., Синоруб Г. Вербалізація емоцій в українських онлайн-медіа. Communications and Communicative Technologies. 2024. № 24. С. 3–14.
5. Лексика на перетині наукових парадигм : колективна монографія / за ред. Л. В. Струганець. Тернопіль : Осадца Ю. В., 2018. 212 с.
6. Мац І. І. Різновиди емоцій та способи їх вербалізації (на матеріалі англійської мови). Вісник Житомирського педагогічного університету. 2003. № 11. С. 181–183.
7. Осіпова Т. Ф. Невербальна комунікація та своєрідність її омовлення в українському дискурсі: феномен вербалізації невербаліки : монографія. Харків, 2019. 388 с.
8. «Полон не зламав мене»: Андрій Базюра про полон, початок повномасштабного і реалії російських тюрем. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=TIajlVSmbvM&list=PLPfxSTsKnue7nSWa01-826X0BR0bJl6Bz&index=24> (дата звернення: 17.12.2025).
9. Синоруб Г., Йордан Г. Емпатійність воєнного фотоконтенту (на прикладі світлин бригади «Рубіж» Національної Гвардії України в соціальній мережі Facebook). Регіональна журналістика в Україні: історія, реалії, виклики, перспективи : збірник наук. пр. за матер. Всеукр. наук.-практ. онлайн-конф. Полтава : ПНПУ ім. В. Г. Короленка, 2024. № 10. С. 86–90.
10. Теорія масової комунікації / ред. В. В. Різуна. Київ : Просвіта, 2008. 260 с.
11. Alexander J. C. Trauma: A social theory. Cambridge : Polity Press, 2012. 200 p.

References

1. Beletska, A. (2016). Pryroda masovoemotsiinykh tekhnolohii u sotsialnii komunikatsii [The nature of mass-emotional technologies in social communication]. Informatsiine suspilstvo, 24, 63–77 [in Ukrainian].
2. Zabolotna, T. (2023). Neverbalni ta verbalni komponenty spilkuvannia yak zasoby vyrazhennia emotsii [Non-verbal and verbal components of communication as a means of expressing emotions]. Aktualni pytannia humanitarnykh nauk, 1 (61), 175–181. doi: 10.24919/2308-4863/61-1-29 [in Ukrainian].
3. Kovalynska, I. V. (2014). Neverbalna komunikatsiia [Non-verbal communication]. Kyiv: Osvita Ukrainy [in Ukrainian].
4. Kushnir, O., Bila, N., Medynska, O., & Synorub, H. (2024). Verbalization of emotions in Ukrainian online media [Verbalization of emotions in Ukrainian online media]. Communications and Communicative Technologies, 24, 3–14. doi: 10.15421/292401 [in English].
5. Vilchynska, T. P., & Struhanets, L. V. (Ed.). (2018). Leksyka na peretyni naukovykh paradyhm [Vocabulary at the intersection of scientific paradigms]. Ternopil: Osadtsa Yu.V. [in Ukrainian].
6. Mats, I. I. (2003). Riznovydy emotsii ta sposoby yikh verbalizatsii (na materialii anhliiskoi movy) [Types of emotions and ways of their verbalization (based on the English language)]. Visnyk Zhytomyrskoho pedahohichnoho universytetu, 11, 181–183 [in Ukrainian].
7. Osipova, T. F. (2019). Neverbalna komunikatsiia ta svoieridnist yii omovlennia v ukrainskomu dyskursi: fenomen verbalizatsii neverbaliky [Nonverbal communication and the peculiarity of its verbalization in Ukrainian discourse: the phenomenon of verbalization of nonverbal means]. Kharkiv [in Ukrainian].
8. «Polon ne zlamav mene»: Andrii Baziura pro polon, pochatok povnomasshtabnoho i realii rosiiskykh tiurem [«Captivity did not break me»: Andrii Baziura about captivity, the beginning of

- the full-scale war and the realities of Russian prisons] [Video]. YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=TIAjIVSmvbM> [in Ukrainian].
9. Synorub, H., & Jordan, H. (2024). Empatiinist voiennoho fotokontentu (na prykladi svitlyn bryhady «Rubizh» Natsionalnoi Hvardii Ukrainy v sotsialnoi merezhi Facebook) [Empathy of military photo content (on the example of photos of the «Rubizh» brigade of the National Guard of Ukraine in the social network Facebook)]. *Rehionalna zhurnalistyka v Ukraini: istoriia, realii, vyklyky, perspektyvy: zbirnyk naukovykh prats – Regional journalism in Ukraine: history, realities, challenges, prospects*, 10, 86–90. Poltava: PNPU im. V. H. Korolenka [in Ukrainian].
 10. Rizun, V. V. (Ed.). (2008). *Teoriia masovoi komunikatsii [Theory of mass communication]*. Kyiv: Prosvita [in Ukrainian].
 11. Alexander, J. C. (2012). *Trauma: A social theory*. Cambridge: Polity Press [in English].

Стаття надійшла до редакції 25.02.2026.

Received 25.02.2026.

Verbovetskyi M. Representation of Emotional Content in the Media Discourse of War (Based on the Material of the Program «I Sylia, i Volia» on the Channel «Ternopil-1»)

The purpose of the article is to identify the features of emotional content and the main types of emotional narratives in media materials about the war, based on an interview with former prisoner of war Andriy Bazyura in the program «Both Power and Will». The object of the study is the media content of regional outlets covering military events, while the subject is the emotional characteristics and narrative features of interviews about the experience of being held in Russian captivity.

Research methodology. The methodological framework of the study consisted of: discourse analysis for deconstructing wartime media discourse; content analysis and linguistic analysis for identifying emotionally charged vocabulary; and the narrative method for examining the structure of monologues about traumatic experiences. Additionally, an analysis of verbal and nonverbal means was applied to examine the role of paralinguistics in amplifying the emotional tone of the broadcast, a quantitative method to identify the correlation between emotions, and a hermeneutic method to interpret the deeper meanings of the lived experience and its impact on viewers' empathy.

Results. The article analyzes the features of the emotional content of media materials about the war based on the program «Both Power and Will» of the TV channel «Ternopil-1». The relevance of the study is обусловлена transformation of Ukraine's media space under conditions of full-scale war, when media perform not only informational but also mobilizing, consolidating, and emotionally supportive functions. The emotional component of media discourse influences the formation of public opinion, fosters empathy, and contributes to the development of a collective narrative of war. The study considers approaches to the analysis of emotions in media within the frameworks of the linguistics of emotions, media linguistics, and communication theory. The paper analyzes the structure of the emotional discourse of the interview, constructed as a personalized monologue narrative. It is established that the emotional organization of the material is formed through thematic blocks (the beginning of the invasion, captivity, conditions of detention, survival strategies, and post-release reflection). The dominance of negative emotions of traumatic experience (?62%), balanced by positive emotions (?38%) that perform a stabilizing function, is revealed. It is shown that emotionality in the media text is realized through a combination of verbal and non-verbal means, while personalized testimonies contribute to the formation of audience empathy.

The novelty lies in the comprehensive analysis of the emotional discourse of a regional media interview as a personalized war narrative, particularly in identifying the correlation between negative and positive emotions and their functions in shaping media reality and public perception of military events.

Practical significance. The findings can be applied in journalism and media communication practices for creating effective emotional content, in academic courses on media linguistics and social communications, as well as in developing strategies for covering war-related topics with consideration of their impact on the audience and the formation of collective memory.

Key words: media discourse, war journalism, interview, emotional content, verbal means of communication, nonverbal means of communication, channel «Ternopil-1», «I sylia, i volia».