

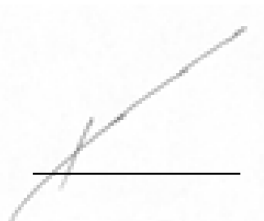
Міністерство освіти і науки України
Державний заклад «Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка»
Факультет соціальних і гуманітарних наук
Кафедра іноземних мов

ГРИНЬОВА Марина Вікторівна

**ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ *УКРАЇНА* В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ
МЕДІАПРОСТОРІ ЗА ПЕРІОД 2022-2024 Р.Р.**

Кваліфікаційна робота магістра
за спеціальністю 035.041 Філологія. Германські мови і літератури
(переклад включно), перша – англійська. Мова і література (англійська)

Особистий підпис –



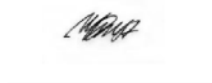
Гриньова М. В.

Науковий керівник –



Перепадя Д. О.
(доцент кафедри іноземних мов,
кандидат педагогічних наук, доцент)

Завідувач кафедри –



Перепадя Д. О.
(доцент кафедри іноземних мов,
кандидат педагогічних наук, доцент)

Полтава 2026

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1	ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ КОНЦЕПТУ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ ЛІНГВОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ.....	10
	1.1. Лінгвокультурологічний підхід у сучасних лінгвістичних дослідженнях.....	10
	1.2 Концепт як ключова категорія лінгвокультурології: сутність, типологія та принципи структурування	17
	1.3. Актуальні лінгвістичні методи й інструменти аналізу концептів у медійному дискурсі.....	24
	1.4. Методика дослідження концепту УКРАЇНА у медійному дискурсі	30
	Висновки до розділу 1.....	37
РОЗДІЛ 2	СПЕЦИФІКА ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ УКРАЇНА В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ МЕДІАПРОСТОРИ (2022– 2024 рр.).....	39
	2.1. Загальна характеристика корпусу та підходів до аналізу концепту УКРАЇНА	39
	2.2. Номінаційні засоби вербалізації концепту УКРАЇНА в англомовній лексикографії.....	42
	2.2.1 Аналіз дефініцій у друкованих словниках	43
	2.2.2 Сучасні онлайн-словники.....	45
	2.3. Семантичний аналіз концепту УКРАЇНА в англіїськомовному медіапросторі	48
	2.4. Синтактико-стилістичне вираження концепту УКРАЇНА в англійськомовному медіапросторі	54
	Висновки до розділу 2.....	58
РОЗДІЛ 3	ДИСКУРСИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ ВИМІР КОНЦЕПТУ УКРАЇНА В АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ МЕДІА	60
	3.1. Фреймова організація концепту Україна.....	60
	3.1.1. Теоретичні засади фреймового аналізу в дискурсивно- прагматичній перспективі.....	61
	3.1.2. Операціоналізація: як ідентифікувати фрейми у корпусі (2022–2024).....	62

3.1.3. Типологія домінантних фреймів концепту УКРАЇНА (2022–2024).....	63
3.1.4. Слотна модель фреймів: інваріантна схема.....	72
3.1.5. Аналіз ключових фреймів з прикладами (2022–2024).....	73
3.1.6. Мультиmodalність і соціальні мережі: як фрейми підсилюються візуально.....	78
3.1.7. Узагальнювальна схема фреймової організації концепту УКРАЇНА.....	79
3.2. Оціночні та маніпулятивні стратегії репрезентації концепту УКРАЇНА в сучасному англomовному медіадискурсі.....	80
3.2.1. Modalність як засіб оціночного впливу.....	81
3.2.2. Емоційно забарвлена лексика.....	81
3.2.3. Ідеологічні маркери.....	81
3.2.4. Маніпулятивні стратегії.....	82
3.3. Динаміка образу України в англomовному медіадискурсі (2022–2024): трансформація наративів.....	87
Висновки до розділу 3.....	93
ВИСНОВКИ	96
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	102
СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ	105
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	106

ВСТУП

Проблематика взаємодії мови й культури є однією з фундаментальних у філософії мови та сучасному мовознавстві. Її осмислення має тривалу традицію як у вітчизняній, так і в західній науковій думці. Наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття інтерес до цієї проблеми суттєво посилюється у зв'язку з переосмисленням культури як цілісної системи національних цінностей, норм і смислів, а мови – як ключового інструмента їх репрезентації, збереження та трансляції. Такий підхід сприяв утвердженню антропоцентричної парадигми, у межах якої мова розглядається крізь призму людської свідомості, мислення та культурного досвіду.

Антропоцентрична спрямованість сучасного мовознавства реалізується в межах когнітивної лінгвістики, лінгвокультурології, психолінгвістики, теорії мовної картини світу, дискурсології та медіалінгвістики. Вагомий внесок у формування цих наукових напрямів зробили західні та українські дослідники, зокрема В. фон Гумбольдт, Е. Сепір, Б. Уорф, Дж. Лакофф, М. Джонсон, Т. ван Дейк, А. Вежбицька, які заклали теоретичні основи когнітивного та культурно зумовленого підходу до вивчення мови.

Подальший розвиток антропоцентричної парадигми пов'язаний із працями Ч. Філлмора (теорія фреймової семантики), Дж. Фокон'є та М. Тернера (теорія концептуального блендингу), Р. Лангакера (когнітивна граматика), Н. Ферклафа та Р. Водак (критичний дискурс-аналіз), Дж. Ентмана (теорія фреймінгу), П. Чілтона (когнітивно-дискурсивний підхід до політичного мовлення), Д. Шіфрін (дискурс-аналіз), які розширили методологічний інструментарій дослідження мовної свідомості та комунікативних практик.

В українському мовознавстві антропоцентричний підхід репрезентований працями О. Потебні, І. Огієнка, Л. Мацько, а також сучасних учених – О. Селіванової, В. Кононенка, Т. Космеди, Н. Сологуб, Ф. Бацевича, Г. Почепцова, Л. Струганець, С. Жаботинської, І. Кочан, які досліджують концептуальну

картину світу, мовну особистість, національно-культурну специфіку мовлення та механізми дискурсивної взаємодії.

Зазначені дослідники наголошують на культурній зумовленості мовних процесів, взаємозв'язку мови й мислення, а також на ролі дискурсу в процесах концептуалізації та репрезентації соціальної реальності, що є методологічно важливим для аналізу медійного образу України в англомовному інформаційному просторі.

Одним із центральних понять у межах когнітивно-лінгвокультурологічного підходу є концепт як ментальне утворення, що поєднує знання, уявлення, образи та ціннісні оцінки, закріплені в мовній свідомості певної спільноти. Сукупність концептів формує концептосферу, яка відображає особливості національного світобачення та культурної ідентичності. Дослідження концептів дає змогу реконструювати структури знання про світ і простежити, яким чином культурно значущі смисли об'єктивуються в мові. Теоретичні засади концептуального аналізу ґрунтовно представлені в працях О. Селіванової, В. Кононенка, Т. Космеди, А. Вежбицької, Дж. Лакоффа, М. Джонсона, у яких концепт розглядається як багатовимірне утворення з понятійним, образно-асоціативним і ціннісним компонентами.

Особливу актуальність у сучасних лінгвістичних дослідженнях набуває аналіз вербалізації концептів у медіадискурсі. Масмедіа відіграють ключову роль у формуванні уявлень про соціально значущі події, держави та народи, а також у конструюванні ціннісних орієнтирів міжнародної аудиторії. Англійськомовний медіапростір, будучи провідним глобальним комунікативним середовищем, активно впливає на формування образу України у світовій мовній свідомості.

Актуальність даного дослідження зумовлена потребою комплексного лінгвокультурологічного аналізу вербалізації концепту УКРАЇНА в англійськомовному медіапросторі у період 2022–2024 років – часовому відрізку, що характеризується інтенсивною міжнародною увагою до України та активним медійним переосмисленням її образу. Попри значну кількість праць, присвячених концептам і медіадискурсу, концепт УКРАЇНА в аспекті його

системної репрезентації в англійськомовних медіатекстах досі не отримав вичерпного наукового опису.

Мета дослідження – виявлення та аналіз мовних засобів вербалізації лінгвокультурного концепту УКРАЇНА в англійськомовному медіапросторі у 2022–2024 роках.

Для досягнення мети дослідження в роботі передбачається розв’язання таких основних завдань:

- проаналізувати лінгвокультурологічний підхід у сучасних лінгвістичних дослідженнях та визначити роль концепту у мовній свідомості;
- дослідити сутність, типологію та структуру концепту як ключової категорії лінгвокультурології;
- провести семантичний та синтактико-стилістичний аналіз концепту УКРАЇНА в англійськомовному медіапросторі за період 2022-2024 р.р.;
- виявити домінантні фрейми репрезентації концепту УКРАЇНА в англійськомовних медіа та охарактеризувати їх когнітивно-дискурсивну специфіку;
- дослідити оціночні та маніпулятивні стратегії медіадискурсу (модальність, ідеологічні маркери, емоційно забарвлену лексику) у процесі формування концепту Україна;
- проаналізувати динаміку трансформації образу України в англійськомовному медіапросторі упродовж 2022–2024 років;
- узагальнити отримані результати та визначити їх теоретичну й практичну значущість для сучасних лінгвістичних досліджень.

Об’єкт дослідження: лінгвокультурний концепт УКРАЇНА в англійськомовному медіапросторі.

Предметом дослідження є мовні засоби та способи вербалізації концепту УКРАЇНА в англійськомовних медіатекстах 2022–2024 років.

У роботі використано комплекс загальнонаукових і спеціальних лінгвістичних методів, що забезпечують системність та об’єктивність аналізу. Зокрема застосовано аналіз словникових дефініцій з метою встановлення

базових семантичних характеристик ключових лексем, пов'язаних із концептом УКРАЇНА, та виявлення їхніх денотативних і конотативних компонентів.

Семантико-когнітивний аналіз використано для реконструкції концептуальної структури досліджуваного концепту, виявлення його фреймової організації та когнітивних моделей репрезентації. Інтерпретативний аналіз дав змогу осмислити прагматичні та ідеологічні смисли мовних одиниць у конкретних комунікативних контекстах.

Дискурс-аналіз застосовано з метою виявлення стратегій і тактик медійного дискурсу, механізмів формування суспільної думки та ідеологічного впливу на адресата. У межах цього методу проаналізовано оціночні, маніпулятивні та прагматичні аспекти мовлення.

Аналіз метафоричної сполучуваності використано для встановлення домінантних концептуальних метафор, за допомогою яких вербалізується концепт УКРАЇНА в англомовних медіатекстах.

Метод суцільної вибірки дав змогу сформувати репрезентативний корпус мовного матеріалу з англомовних медіа за період 2022–2024 років.

Лінгвокультурологічна інтерпретація забезпечила виявлення національно-культурної специфіки досліджуваного концепту та його ціннісних компонентів у глобальному медіапросторі.

Наукова новизна роботи полягає в комплексному лінгвістичному аналізі вербалізації концепту УКРАЇНА в англійськомовному медіапросторі за період 2022–2024 років, що здійснюється з позицій лінгвокультурології, когнітивної лінгвістики та дискурс-аналізу. Уперше системно охарактеризовано фреймову організацію зазначеного концепту, уточнено його структурні компоненти та встановлено механізми їхньої реалізації в сучасному медійному дискурсі.

Новизна дослідження також полягає у виявленні та описі домінантних когнітивно-дискурсивних моделей репрезентації України в англомовних медіа, зокрема фреймів *victim*, *hero*, *defender of democracy* та *global actor*, а також у простеженні динаміки їхньої трансформації впродовж означеного періоду.

Уперше з'ясовано специфіку функціонування оціночних і маніпулятивних стратегій медіадискурсу (модальність, ідеологічні маркери, емоційно забарвлена лексика) у процесі формування сучасного міжнародного образу України. Виявлено актуальні ціннісні смисли, що детермінують сприйняття України у глобальному інформаційному просторі та відображають зміни її геополітичного статусу.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання її результатів у навчальних курсах з лінгвокультурології, когнітивної лінгвістики, медіалінгвістики, теорії дискурсу, перекладознавства та міжкультурної комунікації. Отримані висновки та аналітичні матеріали можуть бути інтегровані в лекційні курси, практичні заняття, спецкурси та вибіркові дисципліни для здобувачів вищої освіти філологічних спеціальностей.

Матеріали дослідження можуть бути використані при підготовці навчально-методичних посібників, розробленні робочих програм дисциплін, створенні дидактичних матеріалів, кейс-завдань і тестових модулів із аналізу медіадискурсу. Окремі положення роботи доцільно застосовувати під час керівництва курсовими та кваліфікаційними роботами студентів.

Крім того, результати дослідження мають прикладне значення для фахівців у сфері медіакомунікації, журналістики, публічної дипломатії та стратегічних комунікацій, оскільки сприяють глибшому розумінню механізмів формування медійного образу держави та впливу мовних стратегій на громадську думку.

Здобуті висновки можуть також використовуватися у практиці перекладу, зокрема при роботі з політичними та публіцистичними текстами, а також у процесі міжкультурної комунікації для підвищення ефективності інтерпретації ідеологічно маркованих повідомлень.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результати дослідження були представлені на під час передзахисту роботи.

Структура роботи. Магістерська кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів із висновками до кожного з них, загальних висновків та списку використаних джерел, що охоплює наукову й спеціальну літературу,

довідкові видання, а також джерела ілюстративного матеріалу. Загальний обсяг дослідження – 108 сторінок.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ КОНЦЕПТУ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ ЛІНГВОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ

1.1. Лінгвокультурологічний підхід у сучасних лінгвістичних дослідженнях.

На сучасному етапі розвитку мовознавства лінгвокультурологія посідає одне з провідних місць серед актуальних наукових напрямів. Підвищений інтерес до цієї галузі зумовлений низкою об'єктивних і теоретичних чинників, що відображають загальні зрушення в гуманітарному знанні та зміну наукових пріоритетів. Зокрема, актуалізація лінгвокультурологічних досліджень пояснюється такими причинами:

- **трансформацією теоретичних орієнтирів мовознавства**, а саме переходом від домінування універсалістського, глобального підходу до зосередження на національно й культурно специфічному; від уявлення про жорстку структурну зумовленість мови до усвідомлення її динамічного, дисипативного характеру [3, с. 413].

- **Сучасні лінгвістичні дослідження** дедалі частіше стикаються з **аналізом різнорідних мовних і позамовних чинників**, які не піддаються опису в межах класичної структурної парадигми, що зумовлює необхідність міждисциплінарних підходів та розширення методологічного інструментарію» [19, с. 6];

- **розширенням аналітичного потенціалу нових лінгвістичних парадигм**, які відкривають можливість переосмислення відомих мовних фактів, мають значний моделювальний ресурс і демонструють, що лінгвістика не володіє монополією на побудову універсальної мовної моделі;

- **процесами інтенсивної глобалізації**, що актуалізують потребу врахування як універсальних, так і культурно специфічних моделей поведінки та комунікації різних народів, необхідність прогнозування ситуацій

міжкультурного непорозуміння, а також точного визначення й номінації базових культурних цінностей, які лежать в основі комунікативної діяльності;

- **об'єктивною інтегративною тенденцією розвитку гуманітарних наук**, що зумовлює потребу активного залучення лінгвістами результатів досліджень суміжних дисциплін – психології, соціології, етнографії, культурології, політології та ін.;

- **посиленням прикладної спрямованості лінгвістичного знання**, у межах якої мова осмислюється як засіб концентрованого відображення колективного досвіду, закодованого в значеннях слів, фразеологічних одиниць, прецедентних текстів тощо; саме цей досвід становить сутність іноземної мови, що вивчається;

- **зміною уявлень про дослідницьку процедуру**, що виявляється у відході від виключно формального аналізу та визнанні ролі мовної інтуїції, мовного чуття й інтроспекції;

- **поглибленням і розширенням розуміння природи мови**, яка постає не лише як знакова система, а як безперервний процес духовної діяльності, «жива стихія» (В. фон Гумбольдт), «дім духу», «дім філософствування», на відміну від її трактування як фіксованого набору мовних знаків [3, с. 414].

Як свідчить наукова практика, поява нових напрямів дослідження та відповідної термінології зазвичай супроводжується концептуальними розбіжностями та неоднозначністю трактувань. Однак лінгвокультурологія становить певний виняток, оскільки аналіз численних її дефініцій дозволяє дійти висновку про майже повну однотайність дослідників щодо її базового змісту. Центральним елементом у визначенні поняття «лінгвокультурологія» є діада «мова – культура».

Так, у сучасному представлені, лінгвокультурологія постає як своєрідна філософія мови і культури. Лінгвокультурологія розглядає мову як засіб збереження й трансляції культурного досвіду народу, вивчає концептуальну картину світу та механізми вербалізації національно-культурних смислів [23].

У сучасних українських лінгвістичних студіях лінгвокультурологія трактується як міждисциплінарний напрям, спрямований на дослідження взаємодії мови та культури у процесі формування національної свідомості. Так, **О. Селіванова** визначає лінгвокультурологію як галузь мовознавства, що вивчає відображення культури в мові, мовній свідомості та комунікативній діяльності носіїв мови, підкреслюючи її роль у формуванні національно-культурної картини світу [19, с. 18]. Дослідниця наголошує, що мова виступає не лише засобом комунікації, а й механізмом збереження культурної пам'яті та ціннісних орієнтирів спільноти.

В. Кононенко визначає лінгвокультурологію як напрям, що досліджує мову у тісному зв'язку з історією, традиціями, світоглядом і системою цінностей народу, наголошуючи на її ролі у формуванні національної ідентичності [9, с. 27]. Учений вказує, що лінгвокультурологічний аналіз дозволяє виявити глибинні смисли мовних одиниць, які закорінені в культурній пам'яті етносу.

У європейській лінгвістичній традиції лінгвокультурологічний підхід тісно пов'язується з когнітивною семантикою та дискурс-аналізом. Зокрема, А. Вежбицька підкреслює, що мова є «ключем до культури», а аналіз семантики лексем і мовних конструкцій дозволяє реконструювати базові культурні сценарії та ціннісні моделі певної спільноти [44, р. 23]. На думку дослідниці, кожна мова відображає унікальний спосіб концептуалізації світу.

У межах критичного дискурс-аналізу Н. Ферклаф розглядає мову як форму соціальної практики, за допомогою якої репрезентуються та відтворюються культурні й ідеологічні структури суспільства [29, р. 56]. Такий підхід дозволяє розглядати лінгвокультурологію як інструмент дослідження механізмів формування колективної ідентичності у публічному дискурсі.

Таким чином, у сучасній українській та європейській лінгвістиці лінгвокультурологія постає як комплексна міждисциплінарна галузь, що досліджує мову і культуру в їх динамічній взаємодії, акцентуючи увагу на ролі мовних засобів у формуванні національної картини світу, ціннісних орієнтацій та соціальної ідентичності.

Суттєвим є також тісний зв'язок лінгвокультурології з етнопсихолінгвістикою, яка вивчає мовленнєву діяльність крізь призму національно-культурної специфіки та культурно зумовлених характеристик дискурсу [7, с. 10]. Якщо для етнопсихолінгвістики ключовими є мовленнєва діяльність, мовленнєва свідомість і комунікація, то для лінгвокультурології – фіксація культури в мовній системі та її репрезентація в дискурсі.

Лінгвокультурологія також перебуває у тісному взаємозв'язку з міжкультурною комунікацією, оскільки саме міжкультурний діалог дає змогу виявити національно зумовлені особливості ціннісних картин світу. Вивчення культури іншого народу сприяє глибшому розумінню специфіки його мови, а досягнення адекватного взаєморозуміння між представниками різних культур є ключовою метою як міжкультурної комунікації, так і лінгвокультурології.

Сучасні дослідження у цій галузі зосереджені на механізмах мовної концептуалізації та категоризації дійсності. Однією з базових категорій виступає поняття «картини світу», яка визначається як «інтеграція лінгвальних засобів вираження всіх картин світу, які для людей виражаються й об'єктивуються через мову» [12, с. 13]. Картина світу має мозаїчний характер і складається з концептів та зв'язків між ними, у зв'язку з чим її часто називають концептуальною картиною світу.

У науковій літературі запропоновано низку визначень поняття «**концепт**», що зумовлено його міждисциплінарним статусом та багатовимірністю. У межах когнітивної лінгвістики концепт розглядається як ментальна одиниця, що акумулює знання, уявлення, досвід та оцінки, пов'язані з певним фрагментом дійсності.

Так, А. Вежбицька трактує концепт як культурно зумовлене смислове утворення, у якому поєднуються універсальні та національно-специфічні компоненти, що відображають особливості мовної картини світу носіїв мови. Дослідниця наголошує, що концепти формуються під впливом культури та закріплюються у мові як носії колективного досвіду.

О. Селіванова визначає концепт як складну когнітивну структуру, що репрезентує знання про об'єкт або явище, включаючи його образні, поняттєві та оцінні характеристики. На думку вченої, концепт є базовою одиницею ментального лексикону та важливим компонентом мовної свідомості.

З позицій фреймової семантики Ч. Філмор розглядає концепт як структурований набір знань, організований у вигляді фреймів – типових сценаріїв і ситуацій, що активуються у процесі мовленнєвої комунікації. Таким чином, концепт функціонує не ізольовано, а у взаємодії з іншими когнітивними структурами.

С. Жаботинська підкреслює багаторівневу організацію концепту та описує його через систему когнітивних схем, які актуалізуються у конкретних дискурсивних контекстах. Дослідниця вважає концепт динамічним утворенням, здатним змінювати свою структуру залежно від соціокультурних умов.

Показовим є підхід В. В. Жайворонка, який наголошує, що за концептом стоїть не лише суто мовна, а й лінгвокультурна інформація. Якщо поняття співвідноситься передусім із реально існуючим об'єктом, предметом або субстанцією, то концепт охоплює значно ширший смисловий простір. Він включає не тільки предметний зміст, а й його мовне втілення – слово як ім'я реалії, слово як знак, що функціонує як інтелектуально осмислена сутність і носій культурно зумовленого значення [6, с. 25].

У сучасній когнітивній та лінгвокультурологічній парадигмі концепт розглядається як **багатовимірне ментальне утворення**, що має складну внутрішню організацію. Більшість дослідників сходяться на думці, що структура концепту не є однорідною, а включає кілька взаємопов'язаних компонентів, які репрезентують різні аспекти осмислення дійсності.

Найпоширенішою є **трикомпонентна модель структури концепту**, яка охоплює:

1. Поняттєвий (логіко-семантичний) компонент – містить узагальнені знання про об'єкт, його основні ознаки, дефініції та класифікаційні

характеристики. Саме цей рівень забезпечує раціональне осмислення концепту та його співвіднесення з реальністю.

2. **Образно-асоціативний компонент** – включає уявлення, метафоричні образи, символи, стереотипи, що виникають у мовній свідомості носіїв культури. Цей рівень репрезентує емоційно-чуттєвий досвід та культурні асоціації, пов'язані з концептом.
3. **Ціннісно-оцінний компонент** – відображає ставлення мовної спільноти до об'єкта концептуалізації, систему оцінок, норм, ідеалів і культурних пріоритетів. Саме цей компонент визначає аксіологічну значущість концепту в колективній свідомості.

З огляду на ієрархічну організацію, у структурі концепту традиційно виокремлюють:

- **Ядро** – сукупність стабільних, інваріантних ознак, що мають високу частотність уживання та є загальноприйнятими для мовної спільноти.
- **Ближню периферію** – менш стабільні, але поширені асоціації, образи, оцінки.
- **Дальню периферію** – індивідуально-авторські, контекстуально зумовлені смисли, які змінюються залежно від ситуації спілкування.

Така багаторівнева організація дозволяє концепту функціонувати як **динамічний когнітивний конструкт**, здатний адаптуватися до соціально-культурних змін, історичних трансформацій та комунікативних потреб суспільства.

Культурні концепти є ментальними утвореннями, що відображають національну специфіку та мають антропоцентричний характер, оскільки орієнтовані на духовну, соціальну й особистісну сферу етнічної свідомості. Окрему групу становлять концепти національної культури, які не мають прямих перекладних відповідників в інших мовах і репрезентуються безеквівалентною лексикою [22, с. 251].

Національна специфіка концептів репрезентується у відмінностях їх когнітивних ознак, різному ступені їх актуалізації, особливостях польової

організації, образного компонента, інтерпретаційного поля та оцінних характеристик. При цьому, як зауважує Цьмух О. концепт розглядається як багатовимірний одиниця свідомості, що поєднує мовний знак, ментальні структури та культурні смисли, а тому не зводиться до поняття чи значення слова. Релевантною для нашого дослідження є структура концепту (образ – інформаційний зміст – інтерпретаційне поле) та його ключові властивості: ціннісність, мінливість, нечіткість, складноструктурованість і залежність від колективної свідомості. Це дає підстави аналізувати концепт УКРАЇНА в медіадискурсі як динамічну систему смислів, що конструюється через оцінки, метафори, модальність і фрейми. [24, с. 327].

Різноманіття підходів до тлумачення лінгвокультурного концепту також значною мірою зумовлене багатозначністю самого поняття «культура». Проаналізувавши близько 300 визначень культури, А. Кребер і К. Клакхон виокремили шість основних типів її трактування. У межах описового підходу культура розглядається як сукупність знань, вірувань, мистецтва, моралі, законів і звичаїв (Е. Тейлор), в історичному – як соціально успадкований комплекс способів діяльності та переконань (Е. Сепір), у нормативному – як спосіб життя або система цінностей (К. Уіслер, У. Томас). Психологічні визначення наголошують на культурі як формі навченої поведінки (Р. Бенедикт, К. Янг), структурні – як на організованій системі повторюваних реакцій (Р. Лінтон), а генетичні – як на системі символічних феноменів, зумовлених здатністю людини до символізації (Л. Уайт).

Узагальнюючи, культуру можна визначити як комплексне утворення, що охоплює знання, вірування, норми, традиції, цінності та навички, набуті людиною в суспільстві. Взаємозв'язок мови і культури є багатовимірним і здійснюється в різних напрямках, адже мова функціонує в межах певного культурного середовища та виступає своєрідним «свідком» історичного й культурного розвитку народу [9, с. 23].

Антропоцентризм як провідний принцип лінгвістики XXI століття виявляється у прагненні дослідників проникнути в ціннісно-смысловий простір

культури – необхідне середовище людського буття. Осмислення культури передбачає як експліцитне, так і імпліцитне вираження ставлення до світу, а відображення взаємодії свідомості й дійсності у знакових формах становить сутність будь-якої лінгвокультури. Саме дослідження явних і прихованих механізмів цієї взаємодії є головним завданням лінгвокультурології [25, с. 31].

Лінгвокультурологія має виразний міждисциплінарний характер і інтегрує знання з різних гуманітарних сфер, що зумовлює необхідність виявлення зон перетину з суміжними науками та визначення її власної специфіки. Серед актуальних лінгвокультурологічних проблем сьогодні виокремлюють питання мовної та концептуальної картини світу, культурних лакун, інтертекстуальності, національно-культурного компонента значення, культурної конотації, «пам'яті мови», традицій мовленнєвої поведінки, а також фразеологізмів як знаків культури.

1.2. Концепт як ключова категорія лінгвокультурології: сутність, типологія та принципи структурування.

У сучасній лінгвістиці спостерігається стійка і дедалі помітніша тенденція розглядати мову як продуктивний інструмент для інтерпретації культурних явищ та явищ людської діяльності. Це пояснюється тим, що мова є не просто засобом комунікації, а й ключовим інструментом для розуміння системи людської думки, структури психіки, ціннісних орієнтацій та характерних рис національної спільноти. Саме через мову можна оцінити глибину культурного розвитку певного народу, простежити історичні процеси, що формували його світогляд та уявлення про навколишній світ. Як зазначає видатний мовознавець Л. Єльмслев, мова “може відкрити шлях як до розуміння стилю особистості, так і до подій життя минулих поколінь” (Єльмслев, цит. за Солдатовою Л. П. Сутність поняття “мова” у дослідженнях Луї Тролле Єльмслева, 2022, с. 6). Його заклики до дослідження культури, фокусованого на мовному вимірі, знайшли активний

відгук серед вітчизняних культуроантропологів, що сприяло формуванню нового напрямку у лінгвістичних дослідженнях.

Аналіз наукових праць останніх 10–15 років дозволяє констатувати, що у сучасній вітчизняній лінгвістиці дедалі активніше формується новий напрям – культурологічна лінгвістика або лінгвокультурологія. Вона ставить за мету дослідження взаємозв'язків між мовою та культурою, мовою та етносом, мовою та народним менталітетом. Основна ідея цього напрямку полягає у виявленні того, як мовні одиниці відображають цінності та особливості мислення конкретних етнічних спільнот. За Е. Бенвеністи, мова є ключем до розуміння культури та соціального досвіду людини. Як зазначає Ф. Бацевич, мова виступає універсальним засобом концептуалізації світу й репрезентації етнокультурних смислів [1, с. 21].

Категоріальний апарат лінгвокультурології формується на основі ключових понять – мовної особистості та концепту. Становлення цих категорій, особливо концепту, ще не завершене, що робить їх предметом інтенсивного дослідження сучасними лінгвістами та культурологами. Термін “концепт” посідає центральне місце у культурологічній лінгвістиці. Його багатовимірне вивчення передбачає систематичний аналіз усіх рівнів мови з використанням різних методик, однак пріоритетним визнається лексико-фразеологічний рівень, оскільки він найбільш наочно фіксує матеріальні та духовні складники культури, а також систему цінностей і моральних, етичних та естетичних орієнтацій, притаманних конкретній лінгвокультурній спільноті.

Починаючи з кінця 1990-х років ХХ століття, концепт переживає своєрідний “лінгвістичний ренесанс”, завдяки працям Дж. Лакофа і М. Джонсона. Саме вони надали йому ґрунтовну, системну інтерпретацію. Джордж Лакофф розглядає концепти не як абстрактні логічні категорії, а як *втілені (embodied) когнітивні структури*, що формуються на основі тілесного досвіду людини та її взаємодії зі світом. Учений наголошує, що концепти мають емпіричну природу й ґрунтуються на чуттєвому сприйнятті, рухах тіла та повсякденному досвіді.

«Концепти не є лише абстрактними символами. Вони формуються під впливом нашого тіла, мозку та повсякденного досвіду» [36; 37].

За Лакоффом, людська концептуальна система є **метафоричною за своєю природою**, оскільки абстрактні сфери (політика, мораль, емоції, держава, війна) осмислюються через конкретний досвід (рух, боротьба, простір, сила, контейнер). Таким чином, концепт у розумінні Дж. Лакоффа – це: ментальна структура, яка організовує знання та досвід людини на основі втіленого пізнання, концептуальних метафор і когнітивних фреймів.

Активне застосування концепту в когнітивній лінгвістиці, у рамках лінгвістичного концептуалізму та лінгвокультурології пояснюється необхідністю введення в науковий апарат категорії, яка б включала не лише саму концептуальну одиницю, а й асоціативні, образні та ціннісні уявлення про неї.

Слово “conceptus” походить від латинського дієслова “concipere” – “зачинати” та означає “поняття, зачаття”. Воно споріднене з українським іменником “поняття”, який утворений від дієслова “зрозуміти”, що означало “схопити, взяти у власність”. Легко помітити, що обидва дієслова відображають загальну ідею здобування та усвідомлення, хоча не є абсолютними синонімами. У такому розумінні концепт виступає ширшим розумовим конструктом у порівнянні з поняттям, оскільки включає не лише поняття як таке, а й ціннісні, емоційні та образні уявлення про нього.

Ментальна структура концепту тісно пов’язана зі словом, що дозволяє включати в його склад комунікативно значиму інформацію, включаючи парадигматичні, синтагматичні та словотвірні зв’язки, які Ф. Соссюр називає “значимістю” і що відображає “лінгвістичну цінність позамовного об’єкта”. Семантика концепту охоплює також прагматичний компонент мовного знака, його експресивну та іллокутивну функції, а також когнітивну пам’ять слова, що відображає смислові характеристики знака та систему духовних цінностей його носіїв.

Особливо значущим компонентом концепту є культурно-етнічний вимір, який визначає семантичні особливості одиниць природної мови та відображає

мовну картину світу носіїв (А. Вежбицька). Структурна архітектоніка концепту включає три основні складники: понятійний, який відображає ознакову та дефініційну структуру; образний, що фіксує когнітивні метафори, підтримуючі концепт у свідомості; та значущий, що визначає місце концепту в лексико-граматичній системі, його етимологічні та асоціативні характеристики (Карасик, Воркачов, Ляпін, Степанов).

Концепт, на відміну від поняття, не лише мислиться, а й переживається, що робить його об'ємнішим за концепцію. Ядро концепту складає поняття, а додаткові компоненти – історичні та етимологічні ознаки, які не завжди актуальні для всього етносу, але можуть бути зрозумілі представникам конкретної соціальної групи або мікросоціуму. Концепти можуть існувати у знаковій формі або не мати вербалізації, однак вони завжди співвідносяться з менталітетом, який включає когнітивні, емоційні та поведінкові стереотипи нації.

Важливою особливістю концепту є його зв'язок із категоріями сенсу та значення. Сенс – це концепт денотату, що дозволяє виділити клас об'єктів, тоді як значення – сам денотат. Лінгвокультурологічно концепт співвідноситься з типовим поданням “прототипу, гештальт-структури”

Класифікації концептів у лінгвістичній науці різняться. Т Ступінь володіння культурою визначає концептосферу індивіда, яка відображає рівень освіченості та інтелігентності.

Отже, категорія концепту набуває міждисциплінарного значення, оскільки використовується як у лінгвокогнітології, так і в лінгвокультурології. Культурологічний напрям (А. Вежбицька) визначає концепт як ментальну освіту, що відзначена етносемантичною специфікою. У цьому підході виділяються три основні підходи: широке розуміння, де концепт включає всі лексеми, зміст яких формує національну мовну свідомість та наївну картину світу; більш вузьке, де концепти характеризують носіїв певної етнокультури; і найвужче, де до концептів відносять лише ключові семантичні одиниці, необхідні для розуміння національного менталітету.

Відсутність єдиної концептуальної моделі поняття «концепт» є наслідком існування численних підходів до його трактування у сучасній лінгвістиці. Різні дослідники пропонують різні способи розуміння структури концепту та його внутрішніх складових. Деякі лінгвісти підкреслюють, що концепт може бути організований за різними рівнями його латентного існування. Вони також зазначають, що концепт має багатовимірний характер у ментальному просторі людини. Інші науковці стверджують, що структура концепту визначає його динамічну функцію у процесах мислення. Вони наголошують на тому, що концепт постійно функціонує, змінюється у різних його частинах і аспектах, а також поєднується з іншими концептами та відштовхується від них.

У науковій літературі виділяють три основні типи структурних концептів. Перший тип називають однорівневим концептом. Однорівневий концепт характеризується наявністю чуттєвого ядра, яке є фундаментальною основою для інших компонентів. Другий тип – багаторівневий концепт. Він складається з численних когнітивних шарів, що мають різний рівень абстракції. Ці шари накладаються на основне ядро і формують складну когнітивну структуру концепту. Третій тип – сегментний концепт. Він має базовий чуттєвий шар, який оточує декілька сегментів. Ці сегменти є рівними за ступенем абстрагованості.

Іноземні лінгвісти пропонують поділ концепту на три основні компоненти. Перший компонент – активний шар. Активний шар є головною концептуальною ознакою, яка відома кожному носієві мови та має важливе значення для його культурного сприйняття. Другий компонент – пасивний шар. Він характеризує окремі групи людей, що належать до певної мовної культури. Третій компонент – внутрішня форма концепту. Звичайні носії мовної культури сприймають концепт опосередковано, як основу, на якій формуються інші шари значень. Лише експерти або фахівці можуть визначити його внутрішню форму.

К. Голобородько [2] трактує концепт як сферичну багатшарову структуру, що складається з кількох рівнів, кожен з яких має власне художньо-семантичне наповнення. Учений підкреслює, що концепт не є однорідним утворенням, а

формується як складна система взаємопов'язаних смислових шарів, які актуалізуються залежно від контексту та комунікативної ситуації.

Дослідники у галузі перекладознавства також наголошують на багатокомпонентності структури концепту, пов'язуючи її з різними семантичними рівнями слова. Вони виокремлюють п'ять основних компонентів концепту:

1. Суперкатегоріальний шар – найабстрактніший рівень, що визначає належність концепту до певного сегмента концептосфери та корелює з класемою.
2. Категоріальний (груповий) шар – пов'язаний з архісемою і репрезентує узагальнені родові ознаки концепту.
3. Поняттєвий шар – співвідноситься із субкатегоріальними семами первинно-денотативного характеру та відображає базовий зміст концепту.
4. Етнокультурний шар – демонструє специфічне бачення світу носіями певної етномовної спільноти й охоплює вторинно-денотативні семи, зумовлені національно-культурним досвідом.
5. Образно-асоціативний шар – репрезентує предметно-чуттєві уявлення носіїв мови та містить широкий спектр первинних і вторинних конотативних сем, що формують емоційно-оцінний потенціал концепту.

Необхідно проводити чітке розмежування між структурою та змістом концепту. Зміст концепту – це сукупність когнітивних характеристик предмета або явища. Ці характеристики впорядковані внутрішньо за польовим принципом і включають ядро, ближню периферію та дальню периферію. Структура концепту формується з інформаційного компонента, чуттєвого образу та інтерпретаційного поля. Вона є сукупністю когнітивних ознак, що визначають основні складові когнітивної природи концепту.

Провідні дослідники підкреслюють, що семантика мовного знака є ключовим джерелом формування змісту концепту. Інформаційний зміст концепту подібний до словникового визначення. Він виділяє денотат концепту незалежно від випадкових, опосередкованих або оцінкових характеристик.

Інформаційний компонент включає мінімальні когнітивні ознаки, які відрізняють концептально визначений предмет або явище від інших подібних об'єктів.

Чуттєвий образ у структурі концепту складається з когнітивних ознак, що виникають у процесі метафоричного розуміння об'єкта або явища. Він також включає перцептивні ознаки, які формуються у свідомості носія мови за допомогою органів чуття. Інтерпретаційне поле є важливою частиною концепту. Воно базується на інформаційному компоненті та виконує функцію інтерпретації його значення. Оціночний компонент концепту вважається надзвичайно важливим. Деякі науковці стверджують, що структура концепту включає все, що робить його культурним фактом. До цього належать первинна форма слова, його етимологія, історія, сучасні асоціації, оцінки та інші елементи.

Процес оцінювання концепту передбачає особисте сприйняття його носієм культури. Перші враження формуються на основі емоційних відчуттів. Лінгвіст може встановити національне ядро концепту. Інші шари концепту можуть бути виявлені лише частково. Вони не мають чіткої організації, що ускладнює моделювання концепту як структурної одиниці.

Прикладом концепту, який широко використовується в медійних текстах англomовного є «FREEDOM». Ядро цього концепту відображає його найбільш стабільні та загальні ознаки. Воно не залежить від конкретного контексту або часу. До ядра входять такі елементи, як Independence та liberty.

Передня периферія концепту відображає найбільш актуальні та релевантні ознаки, що виникають у конкретних дискурсивних ситуаціях. До неї належать такі елементи, як free choice, Right, opportunities, responsibility, Equality, democracy та tolerance.

Дальня периферія концепту включає його найбільш динамічні та специфічні ознаки. Ці ознаки залежать від контексту та часу. До дальньої периферії входять такі елементи, як peace, Safety, solidarity, Diversity, Individuality, creativity, education, culture, Religion та economy.

Аналіз різних підходів до структури концепту дозволяє зробити висновок, що концепт має багаторівневу та ієрархічну організацію. Структура концепту складається з ядра, ближньої та дальньої периферії. Ядро є найбільш стабільним компонентом. Воно відображає основні когнітивні характеристики концепту. Ближня периферія є менш стабільною і може змінюватися залежно від контексту. Вона включає асоціації та знання, актуальні для розуміння концепту в конкретній ситуації. Дальня периферія є найбільш динамічною. Вона включає знання та асоціації, які не є обов'язковими, але важливі для повного осмислення концепту.

Структура концепту є динамічною. Вона змінюється залежно від контексту та індивідуальних особливостей носіїв мови. Кожен носій мови формує власне сприйняття концепту. Це сприйняття інтегрується у загальну концептосферу. Відтак концепт набуває варіативності та багатовимірності у ментальному просторі.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що концепт – це одиниця колективної свідомості, що має мовний вираз і відображає етнокультурну специфіку носіїв мови. Він включає у свій склад як поняття, так і ціннісно-образні уявлення про нього, проявляється у свідомості та менталітеті, відображає історичний досвід і культурні орієнтації, а його детальне вивчення вимагає комплексного підходу, що поєднує когнітивні, лінгвокультурологічні та семіотичні методики.

1.3. Актуальні лінгвістичні методи й інструменти аналізу концептів у медійному дискурсі

Методологія дослідження концептів у медійному дискурсі ґрунтується на комплексному підході, що поєднує когнітивні, семантичні та дискурсивні методи аналізу. Основною метою такого підходу є виявлення концептуальних структур, реконструкція когнітивних моделей і визначення мовних механізмів, за допомогою яких концепти актуалізуються в медіатекстах. У межах даного

дослідження концепти розглядаються не як абстрактні одиниці, а як динамічні структуровані системи, що включають значення, оцінні характеристики та типові мовні моделі їх вербалізації в сучасному англomовному медіапросторі [4, с. 255].

Іноземні дослідники лінгвістики зазначають, що для того, щоб описати концепт у його синхронному стані, необхідно застосовувати синхронне вивчення репрезентацій концепту в лексико-семантичних системах конкретної мови. Такий підхід передбачає врахування того, як концепт відображається в словниковому складі та в активному вживанні мовних одиниць, а також аналізування його функціонування в дискурсі. Додатково, для підвищення точності аналізу, результати асоціативних експериментів, а також дослідження дискурсивної функції слів, мають бути інтегровані у методологію дослідження. Це дозволяє встановити, яке значення носії мови вкладають у даний концепт, а також виявити його семантичні й когнітивні зв'язки з іншими концептами.

Сучасна когнітивна лінгвістика пропонує низку різних підходів до опису та аналізу концептів. Науковці використовують методи, що дозволяють виділити та систематизувати знання про концепти, їх семантичні поля та когнітивні репрезентації. Як відзначає А. Мартинюк, у когнітивній лінгвістиці сформувалося щонайменше сім основних напрямів аналізу концептів, серед яких онтологічний, логічний, лінгвокультурологічний, поетологічний, психолінгвістичний, семантико-психологічний та дискурсивний [13; 14, с. 14-18]. Кожен із цих напрямів має власні методологічні принципи, завдання та інструментарій, що дозволяє глибоко досліджувати концепти в різних контекстах.

У межах нашого дослідження концептів використовується комбінація кількох методів, які дозволяють комплексно аналізувати концепти у мовленні та медійному дискурсі. Перш за все, застосовується лінгвостилістичний аналіз, який дає змогу досліджувати тропи та стилістичні фігури у текстах, що відображають концепти. Цей метод допомагає виявити семантичне наповнення

лінгвостилістичних засобів та з'ясувати, яким чином концепти вербалізуються у мовленні англомовних та німецькомовних медіа.

По-друге, використовується метод семантичного аналізу, спрямований на виявлення знань, що опредметнюються у семантиці мовних засобів за допомогою лінгвокогнітивних механізмів. Семантичний аналіз дає змогу реконструювати концепт через систему його семантичних зв'язків та когнітивних моделей.

Окрему увагу приділено синтактико-стилістичному аналізу, який застосовується для дослідження синтаксичних конструкцій, стилістичних прийомів та мовленнєвих стратегій, за допомогою яких формується образ концепту в медіатекстах. У межах цього підходу використовується дискурс-аналіз, спрямований на виявлення комунікативних стратегій і тактик медійного дискурсу, механізмів ідеологічного впливу та прагматичних настанов адресанта.

Крім того, застосовується аналіз метафоричної сполучуваності, який дає змогу встановити домінантні концептуальні метафори та образні моделі, що використовуються для репрезентації концепту в англомовних медіатекстах. Цей метод сприяє виявленню когнітивних схем осмислення реальності та ідеологічно маркованих смислів, закладених у метафоричних структурах.

У дослідженні також застосовується **метод дефініції концепту**, який використовується для визначення основних характеристик концепту УКРАЇНА, виокремлення його ключових елементів та формування чіткого й науково вмотивованого визначення об'єкта дослідження [13]. Основна мета цього методу полягає у створенні точного й комплексного опису концепту, що дозволяє охопити всі релевантні аспекти його значення та функціонування в мовленні й медійному дискурсі.

Дефініцію можна отримати різними шляхами. Вона може формуватися на основі лінгвістичного аналізу, включно зі словниковими статтями, контекстуальним використанням слова або поняття, а також іншими мовними джерелами. Окрім того, дефініція може бути отримана на основі емпіричних даних, зокрема результатів опитувань або експериментів. Вибір способу

отримання дефініції залежить від завдань дослідження та конкретного концепту, що вивчається.

Застосування методу дефініції дозволяє систематизувати наявні словникові й дискурсивні інтерпретації концепту УКРАЇНА, встановити його ядерні та периферійні ознаки, а також простежити трансформацію смислових акцентів упродовж 2022–2024 років.

Концептуальний аналіз, за С. А. Жаботинською, включає не лише вивчення структури й змісту концептів, а й застосування **специфічних методів дослідження**, спрямованих на виявлення когнітивних схем, фреймів та моделей концептуалізації дійсності. Дослідниця підкреслює, що концепт постає як **багаторівнева когнітивна структура**, яка актуалізується у мовленні через систему фреймів, сценаріїв і типових ситуацій, а його аналіз потребує залучення лінгвокогнітивних та дискурсивних методик [5].

За теорією О. Селіванової, концептуальний аналіз є ключовим методом у когнітивній лінгвістиці та логічному аналізі мови. Він передбачає моделювання концептів за допомогою метамов або природної мови, а також опис інформаційних структур свідомості. Ці структури складаються із систематизованого набору знань про об'єкт концептуалізації, включаючи як вербальні, так і невербальні елементи, що отримуються за допомогою когнітивних механізмів [19, с. 261-262].

Зазвичай концептуальний аналіз здійснюється шляхом поєднання контекстуального аналізу та аналізу за допомогою словникових дефініцій. Контекстуальний аналіз дозволяє виявити, як концепт реалізується у різних мовних ситуаціях, а словникові дефініції забезпечують точне визначення його основних компонентів [15, с. 85-86].

Процес концептуалізації дійсності включає три основні операції: позначення, вираження та опис. Позначення полягає у виділенні того, що є актуальним у певній лінгвокультурі, та наданні цьому аспекту дійсності спеціального знака [41, с. 109]. Вираження концепту охоплює комплекс мовних і немовних засобів, які прямо або опосередковано уточнюють і розвивають його

значення. Метод опису концепту передбачає детальне дослідження імені концепту та його найближчих денотатів [41, с. 110].

Фреймовий аналіз є провідним інструментом когнітивної лінгвістики та критичного дискурс-аналізу, що дозволяє встановити домінантні інтерпретаційні схеми репрезентації соціальних явищ у медійному дискурсі. Поняття *frame* було концептуалізоване М. Мінським, який визначав фрейми як структури знань, організовані навколо типових ситуацій (Minsky, 1975). Подальший розвиток концепції знаходимо у працях Ч. Філлмора, котрий пов'язував фрейми з лексичною семантикою та процесами інтерпретації значення (Fillmore, 1982).

У межах медіадискурсивних студій фреймування розглядається як механізм селекції та акцентуації певних аспектів реальності. Згідно з Р. Ентманом, фреймування полягає у виокремленні проблеми, визначенні причин, моральній оцінці та пропозиції шляхів розв'язання (Entman, 1993).

Методологічно дослідження ґрунтується на низці сучасних лінгвістичних концепцій. Зокрема, воно спирається на теорію соціального конструювання реальності, запропоновану Е. Гофманом [31], відповідно до якої мовлення розглядається як інструмент формування соціального досвіду та інтерпретації подій. Вагоме значення для роботи має також концепція політичного фреймінгу Дж. Лакоффа [37], що дає змогу пояснити механізми когнітивного структурування політичної реальності в медійному дискурсі.

Крім того, дослідження базується на засадах критичного дискурс-аналізу, розроблених Т. ван Дейком [41] та Н. Ферклафом [29], які розглядають дискурс як форму соціальної практики та інструмент ідеологічного впливу. Важливим методологічним орієнтиром є також дискурсивно-історичний підхід Р. Водак [45], що передбачає аналіз мовних явищ у широкому соціально-історичному контексті та дозволяє простежити еволюцію дискурсивних стратегій у часі.

У даному дослідженні фрейм трактується як когнітивно-дискурсивна модель, що структурує концепт УКРАЇНА у медійному просторі та актуалізує певні ідеологічні й ціннісні смисли.

Концептуальний аналіз не є єдиним методом. Існує широкий спектр методологічних підходів, що дозволяють досліднику обирати найбільш релевантний інструментарій для конкретного дослідження [49, с. 3]. Зокрема, можуть застосовуватися такі методи: аналіз лінгвістичної інформації, що включає дослідження словникових статей, контекстів використання слова або поняття, а також інших мовних джерел, зокрема текстів ЗМІ. Наприклад, аналіз словникової статті концепту «ВІЙНА» дозволяє визначити його ключові компоненти, такі як конфлікт, насильство та смерть.

Іншим методом є аналіз емпіричної інформації, що базується на результатах опитувань або експериментів, проведених на основі медійних матеріалів. Такий підхід дозволяє виявити, як різні люди сприймають концепт і які значення вони вкладають у нього. Метод контент-аналізу, у свою чергу, дозволяє системно досліджувати тексти ЗМІ, виявляючи частоту використання ключових слів та фраз, а також їх взаємозв'язки. Наприклад, контент-аналіз новинних матеріалів про війну демонструє, що у таких текстах переважають негативні характеристики конфлікту, такі як насильство, руйнування та смерть.

Концептуальний аналіз у медійному дискурсі дозволяє визначити зміст концепту, його значення у різних контекстах та взаємозв'язки з іншими концептами. Наприклад, концепт «ВІЙНА» у новинних текстах може поєднуватися з концептами «МИР», «БЕЗПЕКА» або «ПОЛІТИКА», що дозволяє виявити систему семантичних та когнітивних асоціацій. Аналіз концепту «ЛЮБОВ» у рекламі показує, як медіа використовують цей концепт для стимулювання споживчої поведінки. Аналіз концепту «ЕКОЛОГІЯ» у текстах про зміну клімату демонструє, як медіа впливають на формування громадської думки щодо екологічних проблем.

Етимологічний аналіз є важливим методом, що дозволяє відслідковувати походження концептів та динаміку їх зміни. Він базується на вивченні історичного розвитку слів та їх семантичних трансформацій. Наприклад, концепт «ЕКОЛОГІЯ» походить від грецьких слів «ойкос» – «дім» та «логос» – «вчення», а концепт «ДЕМОКРАТІЯ» походить від «демос» – «народ» і «кратос»

– «влада». Етимологічний аналіз дозволяє зрозуміти, як медійні тексти впливають на сучасне значення концептів та їх використання у публічному дискурсі.

Таким чином, концептуальний аналіз об'єднує різноманітні методи, включаючи лінгвостилістичний, синтактико-стилістичний, семантичний, дефініційний, семантико-когнітивний, фреймовий аналіз, контент-аналіз та етимологічний. Комплексне застосування цих методів дозволяє досліднику отримати повну картину функціонування концептів у медіа, відслідкувати їх когнітивні структури, семантичні поля та культурні конотації. Ця методологія забезпечує глибоке розуміння як значення конкретного концепту, так і його місця у системі взаємопов'язаних понять, що активно функціонують у сучасному медійному дискурсі.

Таким чином, аналіз концептів у медійному дискурсі доцільно здійснювати на перетині семантичного, когнітивного та дискурсивного підходів, поєднуючи якісні й (за потреби) кількісні методи для відстеження зміни смислів у часі.

1.4. Методика дослідження концепту УКРАЇНА у медійному дискурсі

Лінгвокультурологія як міждисциплінарна галузь сучасного мовознавства створює ґрунтовну теоретико-методологічну базу для аналізу концептів, що відображають національно-культурну специфіку та колективну свідомість певного соціуму. У межах цього напрямку концепт розглядається не лише як ментальна одиниця знання, а як багатовимірне утворення, у якому поєднуються мовні, культурні, історичні, ціннісні та емоційно-оцінні компоненти. Саме така інтерпретація концепту є методологічно доцільною для дослідження складних і соціально значущих понять, що активно функціонують у сучасному медійному дискурсі.

Особливу актуальність у цьому контексті набуває вивчення концепту УКРАЇНА, який упродовж 2022–2024 років зазнав суттєвої переактуалізації та інтенсивної семантичної трансформації в англійськомовному медіапросторі.

Події цього періоду спричинили формування нових смислових акцентів, розширення образного та оцінного компонентів концепту, а також закріплення певних асоціативних зв'язків у колективній мовній свідомості англосовної аудиторії. У зв'язку з цим концепт УКРАЇНА доцільно розглядати як динамічне лінгвокультурне утворення, що відображає процеси концептуалізації сучасної дійсності крізь призму міжкультурної комунікації.

З позицій лінгвокультурології концепт УКРАЇНА належить до концептів національної культури, оскільки він репрезентує специфічний історичний, політичний та ціннісний досвід, який не завжди має повні еквіваленти в інших мовах і культурах. Його вербалізація в англійськомовних медіа здійснюється через систему лексичних, фразеологічних, метафоричних та дискурсивних засобів, що формують уявлення про Україну як суб'єкта міжнародних відносин, носія демократичних цінностей, простір боротьби, стійкості та національної ідентичності. Саме ці мовні репрезентації виступають об'єктом лінгвокультурологічного аналізу.

У дослідженні спираємося на положення А. Вежбицької, яка наголошує, що «слова та концепти є культурними інструментами, які відображають способи мислення, притаманні певному суспільству» [44, р. 5] У межах її підходу концепт розглядається як культурно зумовлене багатовимірне семантичне утворення, що поєднує універсальні смисли з національно-специфічними ціннісними компонентами. Відповідно до цього, концепти відображають спосіб осмислення світу певною мовною спільнотою та містять у своїй структурі когнітивні, емоційні й культурні шари.

Водночас у роботі враховується фреймова модель концепту, запропонована С. А. Жаботинською, згідно з якою «концепт є складною багаторівневою когнітивною структурою, що реалізується через систему фреймів» [5, с. 42]. У межах цього підходу концепт постає як динамічна структура, значення якої актуалізуються залежно від дискурсивного контексту та змінюються під впливом комунікативної ситуації й прагматичних настанов мовця.

З огляду на зазначені теоретичні положення, концепт УКРАЇНА у даному дослідженні розглядається як багаторівневе лінгвокультурне утворення, у структурі якого поєднуються історично сформовані уявлення, сучасні соціально-політичні смисли та емоційно-оцінні характеристики, актуалізовані в англomовному медіадискурсі. Ядерний рівень концепту репрезентують стабільні ознаки, пов'язані з державністю, територіальною цілісністю та національною ідентичністю, тоді як периферійні зони охоплюють асоціативні, метафоричні й оцінні компоненти, інтенсивність яких зумовлена конкретним комунікативним контекстом.

Отже, теоретичні положення лінгвокультурології, уявлення про концепт як ментально-культурну одиницю, а також сучасні підходи до аналізу мовної та концептуальної картини світу створюють необхідні передумови для комплексного вивчення концепту УКРАЇНА в англійськомовному медіапросторі. У наступному розділі дослідження ці положення будуть реалізовані на практичному матеріалі шляхом аналізу мовних засобів вербалізації концепту УКРАЇНА, його лексикографічної репрезентації та структурно-семантичних компонентів у мовній свідомості англomовної аудиторії.

У цьому контексті особливої ваги набуває звернення до медійного дискурсу як ключового простору функціонування сучасних концептів, адже саме медіа забезпечують їх активну циркуляцію, переосмислення та закріплення у колективній свідомості.

Особливе місце у сучасних дослідженнях лінгвістики та когнітивної семантики посідає **аналіз концептів у медійному дискурсі**, тому що медіа – це один із найпотужніших просторових контекстів, у якому мовні одиниці не лише передають інформацію, а й формують, коригують і транслюють способи мислення, культурні моделі та соціальні установки. Медіа – це не просто текстовий фон для мовлення; вони створюють інформаційну середу, у межах якої концепти набувають соціальної ваги, емоційного забарвлення, політичного смислу і культурної маркованості. Концептуальний аналіз у медійному дискурсі

дозволяє виявити ті глибинні значення, які закріплені у мові медіа, і побачити, як саме суспільно значущі ідеї, цінності й символи закріплюються в колективній свідомості через медіатексти.

Однією з актуальних ліній сучасних лінгвістичних досліджень є аналіз образів війни, політики та національної ідентичності в медійному дискурсі. Зокрема, у новітньому дослідженні М. Копитовської та Д. Оледзької [34] здійснено аналіз мультимодальних концептуальних метафор війни (WAR) у соціальних медіа, передусім у Telegram-каналах. Автори показують, що пов'язані концепти UKRAINE, RUSSIA, PARTNERS OF UKRAINE репрезентуються через поєднання вербальних, візуальних та аудіальних ресурсів.

Дослідники доводять, що концепт УКРАЇНА найчастіше актуалізується у фреймах героїзму, спротиву та єдності, тоді як концепт WAR концептуалізується як *«боротьба за свободу»* та *«битва цивілізацій»*. У межах таких наративів медіатексти не лише інформують, а й формують емоційно забарвлені інтерпретаційні моделі, які впливають на уявлення аудиторії про ворога, союзників і власну ідентичність.

Отримані результати свідчать, що сучасні медіа активно використовують мультимодальні ресурси для конструювання складних концептуальних структур, поєднуючи когнітивний та емоційний вплив. Це підтверджує тезу про те, що медійний дискурс є потужним інструментом формування колективної свідомості та ціннісних орієнтацій суспільства.

Інше дослідження, проведене українськими вченими, відоме під назвою Корпусний підхід до аналізу вербалізації концепту ГІДНІСТЬ в українському та англійському медіадискурсі [18]. У цій роботі проаналізовано, як різними мовами (українською та англійською) представлені ключові культурно-ціннісні концепти у новинних текстах із використанням корпусних даних (News on the Web та українського корпусу ГРАК). Через порівняння частотностей, колокацій і контекстів вживання слова «гідність» у заголовках і текстах, авторка показала, що хоча базова семантика концепту спільна для обох мов, у медіа він

реалізується з різним емоційним та культурним забарвленням: англомовні тексти частіше характеризують гідність у формальних контекстах, тоді як українські медіатексти репрезентують ширший спектр емоційних і соціально-політичних конотацій, що пов'язано з місцевим контекстом соціальних процесів і ціннісних орієнтирів.

Не менше значення мають роботи, що фокусуються на **метафоричних моделях концептів у мас-медіа інших мовних просторів**. Наприклад, аналіз метафоризації концептів UKRAINE та RUSSIE у французькому медійному дискурсі дає змогу побачити, як іноземні медіа конструюють ці поняття через метафоричні моделі, створюючи певні смислові образи, які впливають на сприйняття міжнародної політики й ідентичності читачів. Це дослідження демонструє, що концепт УКРАЇНА в медіа може функціонувати не лише як географічна назва, але й як когнітивний вузол, що поєднує суспільні метафори надії, стійкості чи навіть символічного протистояння [20, с. 170.].

У контексті **соціальних мереж як медіадискурсивного простору** дослідження також демонструють важливість аналізу концептів. У працях, присвячених неологізмам у сучасних соціальних мережах, таких як Facebook, виявлено, які мовні одиниці та концептуальні структури виникають у мовленні користувачів і як вони відображають культурні, соціальні та комунікативні тенденції. Наприклад, дисертаційне дослідження К. Ладоні присвячене вивченню лексичних, словотвірних і семантичних неологізмів українськомовного сегмента Facebook у період 2017–2021 рр. Авторка встановила основні шляхи поповнення неологічної лексики, описала продуктивні способи словотворення, джерела запозичень, функції нових одиниць та їхню роль у структурі інтернет-дискурсу. [10.].

Важливо також враховувати, що сучасний медійний дискурс не обмежується суто текстовою формою, а функціонує як багатовимірний комунікативний простір, що поєднує вербальні, візуальні та аудіальні компоненти. У зв'язку з цим дедалі більшого поширення набувають дослідження, що використовують методи автоматизованої обробки мови (Natural

Language Processing, NLP) для аналізу великих корпусів медіатекстів. Як показують праці Д. Крейсса, С. Макгрегора та Р. Нільсена [35], алгоритмічний аналіз дозволяє виявляти **дискурсивні маркери, частотні патерни та емоційні домінанти** у новинних повідомленнях і соціальних мережах.

Подібну позицію висловлюють також Дж. Гріммер і Б. Стюарт [32], які доводять, що застосування кількісних методів до політичних та медійних текстів дає змогу об'єктивно фіксувати зміни тематичних пріоритетів і риторичних стратегій у суспільному дискурсі. Дослідники наголошують, що поєднання традиційного контент-аналізу з обчислювальними інструментами забезпечує глибше розуміння соціальних процесів, відображених у мовленні.

Крім того, А. Балахур [26] у своїх роботах демонструє ефективність NLP-методів для автоматизованого аналізу емоційного забарвлення медіатекстів, що є особливо важливим для виявлення оцінних компонентів концептів. Застосування таких підходів дозволяє простежити, як змінюється емоційна тональність публікацій залежно від політичних подій та соціального контексту.

Отже, використання корпусно-обчислювальних методів у поєднанні з дискурс-аналізом дає змогу статистично відстежувати домінантні концепти у медіапросторі, а також простежувати трансформацію їхнього семантичного та емоційно-оцінного профілю в часі. Це відкриває нові перспективи для комплексного дослідження динаміки концепту УКРАЇНА в англomовному медіадискурсі 2022–2024 років.

Усе це підкреслює, що **аналіз концептів у медійному дискурсі** передбачає застосування спектра сучасних лінгвістичних методів і інструментів, що виходять далеко за межі традиційного словникового аналізу. Це включає корпусний аналіз, когнітивно-семантичний аналіз, метафоричний аналіз, дискурсивний та контекстуальний аналіз, а також цифрові методи обробки тексту, що дозволяють працювати з великими даними. У медійному дискурсі концепти мають здатність **конструювати чи деконструювати колективні уявлення**, виступати маркерами культурних цінностей, інструментами політичної риторики, емоційних домінант чи ідентичнісних кодів, що робить їх

аналіз особливо актуальним у сучасних лінгвокультурологічних та когнітивних дослідженнях.

Актуальні лінгвістичні методи й інструменти аналізу концептів у медійному дискурсі набувають дедалі більшої популярності в сучасних дослідженнях, оскільки медіа виступають не лише джерелом інформації, а й платформою, де концепти формуються, транслуються і реінтерпретуються.

Також дослідження меметичної війни у соціальних мережах під час російсько-української війни показують, що меми та інші мультимедійні елементи використовуються не лише для розповсюдження інформації, а й для формування певних **сценаріїв та смислів війни** в глобальній аудиторії. Зокрема, аналіз активності на платформі Twitter/X у контексті повномасштабного вторгнення виявив, що меметичні наративи активно застосовувалися для відображення позицій України та впливу на сприйняття конфлікту серед міжнародної аудиторії [38].

Методологія аналізу концептів у медійному дискурсі передбачає комплексне використання різних інструментів, включно з лексичним аналізом ключових термінів, семантичним аналізом метафор, коокуренційним та контекстуальним аналізом, а також аналізом візуальних і мультимедійних елементів, що супроводжують текст [29; 33; 41].

У новинних агентствах концепти виражаються через повторювані політичні кліше та ключові фрази, наприклад “renewed attacks”, “international support”, “humanitarian aid”, що забезпечує їх упізнаваність і семантичну стабільність у текстах.

Отже, аналіз концептів у медійному дискурсі поєднує когнітивні та культурологічні підходи, використовуючи інструменти лексичного, семантичного, контекстного та мультимодального аналізу. Приклади заголовків, цитат із соціальних мереж та аналітичних статей підтверджують, що концепти у медіа не лише передають інформацію, а й формують уявлення про реальність, цінності, моральні та політичні позиції, відображають колективне сприйняття подій і водночас впливають на громадську свідомість. У цьому сенсі сучасна

лінгвістика, використовуючи концептуальний аналіз у медійному дискурсі, отримує можливість не лише досліджувати мову, а й досліджувати спосіб, яким мовлення конструює колективні уявлення про світ.

Висновки до першого розділу

Проведений аналіз теоретико-методологічних основ вивчення концепту в англomовному лінгвокультурному просторі дозволяє сформулювати такі висновки.

По-перше, лінгвокультурологія в сучасному мовознавстві розглядається як міждисциплінарний напрям, що забезпечує системне вивчення взаємодії мови й культури, а також механізмів відображення колективного досвіду в мовній свідомості. Її актуальність зумовлена антропоцентричним вектором гуманітарного знання, потребою пояснювати культурно зумовлені смисли, цінності та комунікативні моделі, а також розширенням методологічного інструментарію, орієнтованого на аналіз мови в реальних дискурсивних практиках.

По-друге, встановлено, що концепт у лінгвокультурології є ключовою категорією, яка інтегрує когнітивний і культурний виміри значення та виступає одиницею колективної свідомості з мовним вираженням. Концепт не зводиться до логічного поняття, оскільки охоплює не лише дефініційний зміст, а й образні, емоційно-оцінні та ціннісні компоненти, актуальні для певної мовної спільноти. У структурному аспекті концепт характеризується багаторівневістю й польовою організацією (ядро та периферія), що забезпечує його варіативність і динамічність залежно від історичного періоду та дискурсивного контексту.

По-третє, для дослідження концептів у медійному дискурсі методологічно доцільним є комплексний підхід, який поєднує семантичний, семантико-когнітивний, лінгвостилістичний і синтактико-стилістичний аналізи, аналіз метафоричної сполучуваності, а також дискурс-аналіз і фреймове моделювання. Таке поєднання методів дає змогу не лише описати мовні засоби вербалізації концепту, а й виявити його когнітивні схеми, оцінні домінанти, ідеологічні

маркери та прагматичні настанови, які визначають інтерпретацію подій у медійному просторі.

По-четверте, окреслено методику дослідження концепту УКРАЇНА в англomовному медіадискурсі 2022–2024 років, що передбачає поетапний аналіз: (1) дефініційне уточнення базових смислових компонентів концепту; (2) встановлення доміантних семантичних полів і конотативних профілів лексем, пов'язаних із вербалізацією УКРАЇНИ; (3) аналіз синтаксичних і стилістичних засобів формування образу України; (4) виявлення ключових метафоричних моделей; (5) дискурсивно-прагматичну інтерпретацію через фрейми, стратегії та наративні трансформації. Така методика створює надійне теоретико-методологічне підґрунтя для подальших розділів, у яких буде показано, як концепт УКРАЇНА репрезентується, переосмислюється й трансформується в англomовному медіапросторі в умовах актуальних соціально-політичних змін.

Отримані положення дають змогу перейти до аналізу конкретних номінаційних та текстово-дискурсивних засобів репрезентації концепту УКРАЇНА, а також простежити зміну його семантичних і прагматичних акцентів у межах обраного хронологічного зрізу.

РОЗДІЛ 2.

СПЕЦИФІКА ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ УКРАЇНА В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ МЕДІАПРОСТОРИ (2022–2024 рр.)

Другий розділ присвячено аналізу специфіки вербалізації концепту УКРАЇНА в англійськомовному медіапросторі за період 2022–2024 років. У центрі уваги перебувають мовні засоби, за допомогою яких формується образ України в сучасних медіатекстах, а також механізми актуалізації ключових смислів, пов'язаних із соціально-політичними подіями досліджуваного періоду.

У межах розділу здійснюється комплексний аналіз лексичних, семантичних та синтактико-стилістичних ресурсів англійської мови, що використовуються для репрезентації концепту УКРАЇНА в новинних повідомленнях, аналітичних статтях та матеріалах соціальних мереж. Особливу увагу приділено виявленню домінантних мовних моделей, оцінних маркерів і прагматичних настанов, які впливають на сприйняття України англійськомовною аудиторією.

Результати цього розділу створюють емпіричну основу для подальшого дискурсивно-прагматичного аналізу, представленого у третьому розділі, та дозволяють простежити зв'язок між мовною формою і соціально зумовленими смислами у сучасному медіадискурсі.

2.1. Загальна характеристика корпусу та підходів до аналізу концепту УКРАЇНА

У цьому підрозділі окреслюється фактичний матеріал дослідження та методика його аналізу, що становить емпіричне підґрунтя для подальшого семантичного й синтактико-стилістичного вивчення вербалізації концепту УКРАЇНА в англійськомовному медіапросторі.

Емпіричну базу роботи становлять тексти традиційних медіа та соціальних мереж за період 2022–2024 років. До корпусу включено новинні матеріали,

аналітичні статті, авторські колонки та репортажі, що безпосередньо або опосередковано стосуються подій, пов'язаних з Україною, її міжнародною позицією, політичною ситуацією та соціальними процесами, зокрема BBC News, The Guardian, The New York Times, Reuters, CNN, The Washington Post, а також матеріали з офіційних та верифікованих акаунтів у соціальних мережах Facebook, Twitter (X) та Instagram, що стосуються України, війни, міжнародної підтримки, політичних процесів та суспільних трансформацій.

Корпус дослідження охоплює різножанрові тексти сучасного англomовного медіапростору. До нього входять новинні повідомлення, аналітичні статті та авторські колонки провідних інформаційних ресурсів, у яких висвітлюються події, пов'язані з Україною та міжнародним контекстом. Окремий сегмент корпусу становлять пости у соціальних мережах, зокрема Facebook, Twitter (X) та Instagram, що репрезентують оперативну реакцію користувачів і публічних осіб на актуальні події.

Крім того, у межах дослідження проаналізовано коментарі та репости з високим рівнем взаємодії аудиторії, які відображають колективні оцінки, емоційні реакції та механізми поширення домінантних наративів у цифровому просторі. Залучення матеріалів різних жанрів дозволяє комплексно простежити процеси вербалізації концепту УКРАЇНА у традиційних медіа та соціальних мережах.

Відбір мовного матеріалу здійснювався за методом суцільної вибірки за такими ключовими словами та словосполученнями: Ukraine, Ukrainian, war in Ukraine, Russian invasion, freedom, democracy, resistance, support for Ukraine, #StandWithUkraine тощо. Загальний обсяг корпусу становить понад 500 публікацій, що забезпечує репрезентативність результатів дослідження.

Особливу увагу приділено матеріалам із високою комунікативною активністю (кількість поширень, лайків, коментарів), оскільки саме вони мають найбільший вплив на формування масової свідомості.

Для досягнення поставлених завдань у роботі застосовано комплекс взаємодоповнювальних методів. На початковому етапі дослідження було

здійснено семантичний аналіз лексичних одиниць, що вербалізують концепт УКРАЇНА, з метою виявлення їхніх денотативних і конотативних компонентів, оцінних характеристик та контекстуальних значень. Це дало змогу встановити домінантні семантичні поля, у межах яких функціонує досліджуваний концепт, а також простежити специфіку його актуалізації в різних типах медіатекстів.

Зазначений метод застосовувався для ідентифікації основних смислових параметрів лексем, що репрезентують концепт УКРАЇНА, та для виявлення оцінної маркованості й прагматичних настанов, закладених у контекстах їх уживання.

Паралельно здійснювався синтактико-стилістичний аналіз, спрямований на дослідження синтаксичних конструкцій і стилістичних фігур, за допомогою яких формується образ України в медіатекстах. Особливу увагу приділено вивченню пасивних конструкцій, модальних дієслів, риторичних запитань, емпатичних структур, а також експресивних засобів мовлення – епітетів, метафор і гіпербол, що інтенсифікують оцінність висловлювань та посилюють емоційний вплив на адресата.

Зазначений підхід дозволив простежити, яким чином синтаксичні та стилістичні ресурси мови використовуються для моделювання прагматичних смислів і формування відповідних інтерпретаційних настанов у свідомості реципієнта.

Важливим компонентом дослідження є дискурс-аналіз, який дозволяє виявити комунікативні стратегії та тактики медійного дискурсу, ідеологічні маркери, а також механізми ідеологічного впливу на аудиторію. У межах цього підходу аналізувалися способи подання інформації, позиціонування акторів конфлікту, модальність висловлювань та прагматичні установки адресанта.

Окремо застосовано аналіз метафоричної сполучуваності для встановлення домінантних концептуальних метафор, за допомогою яких вербалізується концепт УКРАЇНА (наприклад, *Ukraine as a battlefield*, *Ukraine as a fortress*, *Ukraine as a frontline of democracy*). Це дало змогу простежити образні моделі осмислення реальності в англomовному медіадискурсі.

З метою систематизації отриманих результатів використовувався інтерпретативний аналіз, що сприяв глибшому осмисленню прагматичних та ідеологічних смислів мовних одиниць у конкретних контекстах. Лінгвокультурологічна інтерпретація дозволила виявити культурно-ціннісні компоненти концепту УКРАЇНА та специфіку їхньої репрезентації для англомовної аудиторії.

Окрему групу матеріалу становлять тексти із соціальних мереж, у яких концепт УКРАЇНА зазнає швидкої семантичної динаміки через поширення мемів, коротких відео, емоційно забарвлених повідомлень та хештегів. Саме у цьому середовищі активно формується образ України як символу спротиву, свободи та єдності.

Таким чином, поєднання матеріалу з традиційних медіа та соціальних мереж дозволяє комплексно простежити вербалізацію концепту УКРАЇНА в різних типах дискурсу та забезпечує багатовимірність аналізу.

Слід зазначити, застосування комплексу кількісних і якісних методів забезпечує всебічний аналіз вербалізації концепту УКРАЇНА в англомовному медіапросторі та створює методологічне підґрунтя для подальшого семантичного та синтактико-стилістичного аналізу, представленого у підрозділах 2.2 та 2.3.

2.2. Номінаційні засоби вербалізації концепту УКРАЇНА в англомовній лексикографії

Для встановлення базових семантичних характеристик концепту УКРАЇНА було здійснено лексикографічний аналіз словникових дефініцій у провідних англомовних тлумачних та енциклопедичних виданнях, зокрема: *Encyclopaedia Britannica* (2001), *Collins COBUILD English Language Dictionary* (1991), *Funk and Wagnalls New Standard Dictionary* (1949), *Longman Dictionary of Contemporary English* (2000), *Oxford Advanced Learner's Dictionary* (1994), *Oxford Advanced Learner's Encyclopedic Dictionary* (1995), *Webster's New World*

Dictionary (1969), *Webster's Second New College Dictionary* (2001), а також у сучасних онлайн-словниках *Cambridge Dictionary* та *Dictionary.com*.

2.2.1. Аналіз дефініцій у друкованих словниках. У *Encyclopaedia Britannica* (2001) Україна визначається як незалежна держава у Східній Європі (“*an independent country in Eastern Europe*”), що межує з Росією, Білоруссю, Польщею, Словаччиною, Угорщиною, Румунією та Молдовою. У дефініції акцент зроблено на геополітичному положенні, історичному розвитку та процесі здобуття незалежності у 1991 році.

Домінантні семи: державність, територія, незалежність, історичний розвиток.

У словнику *Collins COBUILD* (1991) Україна подається як країна у Східній Європі, що входила до складу Радянського Союзу. Акцент зміщено на політико-історичний контекст. Наприклад: “*a country in Eastern Europe that was formerly part of the Soviet Union*”, що підкреслює політико-історичний контекст.

Семантичні маркери: країна, колишня радянська республіка, географічне розташування.

У словнику 1949 року *Funk and Wagnalls New Standard Dictionary* (1949) Україна представлена як регіон у складі СРСР (“*a region of the USSR*”), що відображає політичну реальність того часу. Це демонструє відсутність державницького компонента у тогочасній англомовній картині світу.

Домінантні семи: територія, регіон, частина Радянського Союзу.

Longman Dictionary of Contemporary English (2000) фіксує: “*Ukraine – an independent country in Eastern Europe; capital Kyiv*”. Україна визначається як незалежна країна у Східній Європі, з чітким зазначенням столиці – Київ.

Семантичні компоненти: незалежна держава, географія, політичний статус.

У словнику *Oxford Advanced Learner's Dictionary* (1994) Україна трактується як держава, що утворилася після розпаду СРСР, із зазначенням її столиці та політичного статусу (“*a country that became independent after the collapse of the USSR*”).

Семантика: пострадянська держава, незалежність, столиця.

Oxford Advanced Learner's Encyclopedic Dictionary (1995)

Дефініція має енциклопедичний характер, містить інформацію про населення, економіку, культуру: *“a country that became independent after the collapse of the USSR”*.

Додаткові семи: культура, етнічність, економіка.

Webster's New World Dictionary (1969)

Україна подається як регіон СРСР (*“a region of the Soviet Union”*), що відображає політичний дискурс холодної війни.

Семантика: територіальна одиниця, складова СРСР.

Webster's Second New College Dictionary (2001)

Україна представлена як суверенна держава, що здобула незалежність у 1991 році, наприклад: *“a sovereign state in Eastern Europe, independent since 1991”*.

Ключові семи: суверенітет, національна держава, міжнародне визнання.

Лексикографічний аналіз засвідчив, що концепт УКРАЇНА в англійських словниках зазнав кардинальної трансформації: від регіону в складі СРСР → до суверенної незалежної держави (див. Табл. 2.1.).

Це підтверджує тезу про динамічність концептів та залежність їх вербалізації від політичного контексту. Отримані результати становлять важливу основу для подальшого аналізу медійної репрезентації України у сучасному англійському дискурсі.

Таблиця 2.1. Таблиця: старі vs сучасні дефініції

Період	Образ України
до 1991	регіон, частина СРСР
1991–2000	нова незалежна держава
після 2000	суверенний геополітичний суб'єкт
після 2022	активний міжнародний актор

2.2.2. Сучасні онлайн-словники. У Cambridge Dictionary слово Ukraine визначається як країна в Європі (a country in Europe) і включає значення, пов'язане із походженням або відношенням до України. Це найбільш лаконічне й загальне тлумачення, яке фокусується на географічному та ідентифікаційному аспектах поняття.

Варіант цього визначення також передбачає вживання слова як позначення людини з цієї країни чи всього, що має стосунок до неї – тобто розширює семантичний діапазон дефініції Ukraine як географічного та культурно-політичного маркера.

У Dictionary.com сучасна дефініція Ukraine розгорнута трохи повніше. Україна подається як республіка у Південно-Східній Європі, з уточненням територіальних характеристик, столиці – Київ, а також історичного розвитку (частина СРСР до 1991 р.). Це тлумачення містить географічні, історичні та політичні семантичні компоненти, що є значно ширшими порівняно зі старішими словниковими записами.

Особливо варто відзначити примітку про сучасну норму вживання назви – офіційно «Ukraine» без артикля «the», що вже не рекомендується у контексті сучасної ідентичності та суверенітету країни. Цей аспект відображає саме політичну та культурну зміну у сприйнятті назви у глобальному англomовному дискурсі.

Що це значить для концепту УКРАЇНА у сучасній англomовній лексикографії. Сучасні дефініції в англomовних словниках після 2000 року (і в онлайн-версіях, що постійно оновлюються) репрезентують інший семантичний профіль України, ніж це було характерно для довоєнного та радянського періодів: Україна – не просто регіон чи частина імперії, як це відображалось в ранніх словниках, а суверенна держава, чітко й однозначно ідентифікована як країна в Європі.

Семантика сучасних дефініцій включає не лише географічні дані, а й політичну реальність – незалежність, столицю, територіальну цілісність, що відображає актуальний міжнародний статус України.

Примітки щодо вживання (the Ukraine vs Ukraine) мають ідеологічний та культурний зміст, оскільки пов'язані із суверенітетом і самовизначенням.

Це сучасне словникове тлумачення відповідає дискурсивній реальності 2022–2024 рр., коли Україна не лише фігурує як географічний об'єкт, а й як політичний та культурний актор світової політики. Такі дефініції можуть слугувати лексикографічною основою для подальшого фреймового та дискурсивного аналізу її репрезентації в медіа.

Отже, сучасні англomовні словники, такі як Cambridge Dictionary та Dictionary.com, визначають Ukraine як “*a country in Europe*” або “*a republic in southeastern Europe*” з уточненням політичних і територіальних характеристик, що відображає актуальний міжнародний статус та суверенітет України у глобальному дискурсі. Також актуальні примітки щодо вживання без артикля (Ukraine замість the Ukraine) демонструють зміни у політичному та культурному сприйнятті назви, що пов'язані із процесами самоідентифікації та державотворення.

Таблиця 2.2. Частотний розподіл семантичних етапів

Семантичне представлення	Кількість словників	%
Регіон / Частина СРРС	3	30.0%
Незалежна держава	3	30.0%
Суверенний глобальний актор	4	40.0%

Подані в таблиці дані відображають еволюцію семантичної репрезентації концепту УКРАЇНА в англomовній лексикографії. Як засвідчує частотний аналіз, у 30% досліджених словників Україна подається як регіон або складова частина СРРС, що відображає політичну картину світу радянського періоду. Ще 30% джерел репрезентують Україну як незалежну державу, що відповідає етапу становлення державності після здобуття незалежності у 1991 році.

Найбільшу частку (40%) становлять сучасні словники після 2000 року, у яких Україна інтерпретується як суверенний глобальний актор, що свідчить про

зміщення акцентів у міжнародному дискурсі та зростання її ролі як суб'єкта світової політики. Отримані результати підтверджують динамічний характер концепту УКРАЇНА та його залежність від соціально-політичного контексту, що є важливим для подальшого дискурсивно-прагматичного аналізу медійної репрезентації України.

Графік (див. рис. 2.1) показує динаміку переходу від уявлення про Україну як *регіон або складову частину СРСР* до її осмислення як *незалежної держави* після 1991 року, а згодом – як *суверенного геополітичного суб'єкта* у сучасному англomовному дискурсі. Така візуалізація наочно демонструє поступову трансформацію семантичного образу України відповідно до змін у міжнародному політичному контексті.

Зокрема, зменшення частки дефініцій, що репрезентують Україну в межах радянської парадигми, супроводжується зростанням кількості словникових тлумачень, у яких акцент зроблено на державності, суверенітеті та міжнародній суб'єктності країни. Це свідчить про переосмислення концепту УКРАЇНА у глобальній мовній свідомості та закріплення нового державницького наративу.

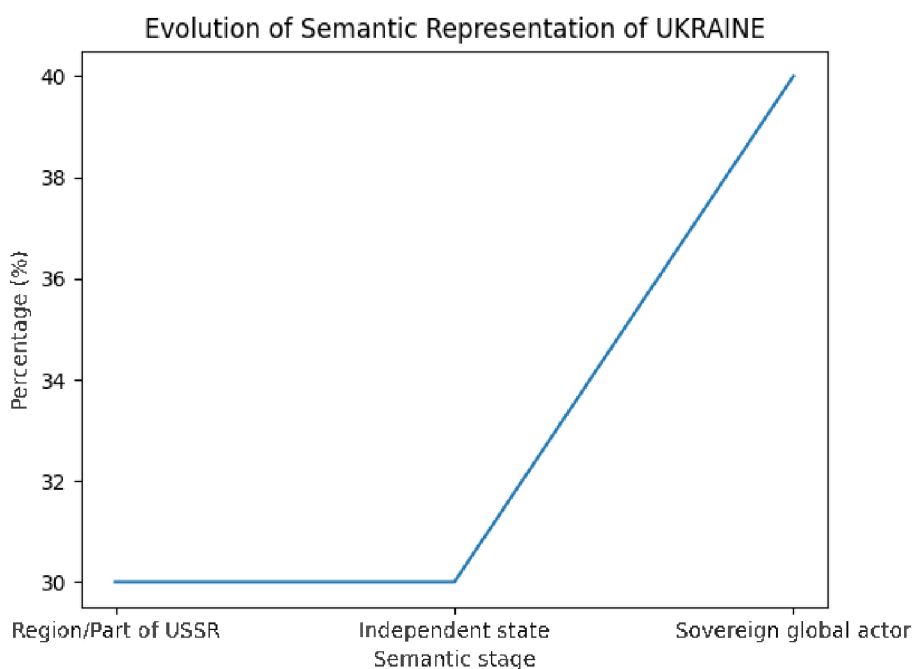


Рисунок 2.1. Еволюція семантичної репрезентації концепту Україна

Метод дефініції дав змогу виділити базові компоненти концепту УКРАЇНА, серед яких визначальними є: державність, територіальна цілісність, національна ідентичність, суверенітет, історичний досвід, політичний статус, культурна спадщина та ціннісні орієнтири. Залежно від контексту актуалізуються також додаткові складники, зокрема свобода, демократія, спротив, міжнародна суб'єктність та солідарність, що відображає динамічний характер концепту у сучасному медіапросторі.

2.3. Семантичний аналіз концепту УКРАЇНА в англійськомовному медіапросторі.

Особливу роль у формуванні концепту УКРАЇНА відіграє англійськомовний медіапростір як сфера активної інтерпретації подій та конструювання смислів для глобальної аудиторії. Саме в медійному дискурсі відбувається процес вторинної концептуалізації, у межах якого національний концепт транслюється за межі власної культури та адаптується до когнітивних моделей іншомовних реципієнтів. У цьому аспекті дослідження вербалізації концепту УКРАЇНА набуває не лише лінгвістичного, а й міжкультурного значення.

Концепт УКРАЇНА є одним із найчастіше представлених об'єктів у англійськомовних медіа. Його відображають у контексті політичних, економічних, культурних, геополітичних та інших аспектів. Концепт УКРАЇНА вербалізується через різні мовні одиниці, які репрезентують його ядерні та периферійні ознаки. Ядерні ознаки концепту УКРАЇНА характеризують його основні та загальновідомі властивості. Вони є стійкими, обов'язковими та відмінними для цього концепту. Периферійні ознаки відображають додаткові аспекти, які є варіативними та залежать від контексту, цілей, інтересів або позицій.

Концепт УКРАЇНА у своїй польовій організації включає ядро, ближню та дальню периферію. Центральний денотативний зміст представлений семантичним ядром, а додаткові характеристики віднесені до периферії. Компонентний аналіз словникових визначень допомагає ідентифікувати ядерні

ознаки концепту. Наприклад, Oxford English Dictionary визначає Україну як «a country in Eastern Europe; population 41,800,000 (estimated 2015); capital, Kyiv; languages, Ukrainian (official), Russian, and others». Таким чином, ядерними ознаками є: країна в Східній Європі, столиця Київ, офіційна мова – українська.

Хоча периферійні ознаки менш помітні, вони суттєво формують концепт. До них належать елементи культури, локальні особливості та нові аспекти, що набули популярності. Периферійні характеристики включають різноманіття властивостей, атрибутів, відносин, ситуацій та інших проявів концепту УКРАЇНА.

Контекстуальний аналіз мовних одиниць допомагає виявити периферійні ознаки. Наприклад, англійські медіа використовують такі синоніми концепту УКРАЇНА, як *the breadbasket of Europe*, *the Cossack Hetmanate*, *the Little Russia*, *the Ruthenia*. Ці периферійні ознаки означають: сільськогосподарська держава (*the breadbasket of Europe*), історична область (*the Cossack Hetmanate*, *the Little Russia*), етнографічна назва (*the Ruthenia*).

Ядерні та периферійні ознаки підкреслюють багатогранність, динамічність та взаємодію концепту УКРАЇНА з іншими концептами. Вони є об'єктом постійного наукового аналізу, що сприяє кращому розумінню структури, функціонування та значення концепту в англійських медіа.

В українському мовознавстві концепт УКРАЇНА використовується у двох значеннях: як територіальна одиниця та як суверенна держава. Англійська мова також відображає подібний поділ, де лексема УКРАЇНА може означати територію або державу загалом.

Семантичне представлення концепту на вербальному рівні реалізується через різні мовні засоби. Дефініції надають інформацію про географічне положення, кордони та столицю країни. Дескрипції розкривають історичну спадщину та культурні надбання України. Порівняння з іншими країнами підкреслює подібності та відмінності, особливо зосереджуючись на політичних аспектах у порівнянні з Росією.

Семантичний аналіз концепту УКРАЇНА дозволяє досліджувати його значення та роль у медійному дискурсі. Концепт є складним і має численні значення, що об'єднані у семантичні групи.

Географічна семантична група містить лексичні одиниці, які позначають географічні об'єкти, пов'язані з Україною. Наприклад, «*Europe's second largest country, Ukraine is a land of wide, fertile agricultural plains, with large pockets of heavy industry in the east. Ukraine is bordered by Belarus to the north, Russia to the east, the Sea of Azov and the Black Sea to the south, Moldova and Romania to the southwest, and Hungary, Slovakia, and Poland to the west*». Після місяців окупації військовослужбовці змогли знову підняти український прапор на острові Зміїний.

Історична семантична група включає лексичні одиниці, що описують історичні події, держави, рухи, персоналії та символи. Наприклад, «*...the powerful kingdom of Kyivan Rus, the largest empire in Europe at the time. У той час українці зазнали жорстокого гноблення, після чого настали десятиліття голоду та злиднів. Ukraine Anfang der 1990er drittgrößte Atommacht der Welt*» – на початку 1990-х років Україна була третьою за величиною ядерною державою у світі.

Соціальна семантична група описує український народ та його характерні риси, соціальні групи, класи, статуси, професії, освіту, культуру, релігію, мораль та етику. Українське населення дуже неоднорідне і культурно різноманітне. Ukrainians can never give up territory to end the war підкреслює прагнення українців зберегти територіальну цілісність.

Семантична група сучасні проблеми та події включає актуальні суспільні та міжнародні питання. Сепаратисти на сході України продовжують намагатися здобути незалежність. *The Euro-Maidan was the largest civil society movement in Europe since the Revolution of 1989* – Євромайдан став найбільшим масовим рухом громадянського суспільства в Європі з часу революції 1989 року.

Культурно-символічна семантична група описує культурні явища, твори мистецтва, жанри, традиції та символи. *When Ukrainian music wasn't under threat,*

it thrived – українська музика процвітала, коли не перебувала під загрозою. *Mykola Lysenko earned the title of FATHER OF UKRAINIAN MUSIC*. Кобзарі були одними з перших експериментів української музичної суверенності. *She is inscribing it with beeswax to make the traditional Ukrainian Easter eggs called pysanka. Vyshyvanka has conquered the hearts of the world's most fashionable people.* Вишиванка є частиною української культури протягом сотень років і має багату історію.

Політична семантична група відображає політичні системи, партії, уряди, закони, договори та конфлікти. *Members of the Verkhovna Rada – Ukraine's Parliament – депутати Верховної Ради. Budapest Memorandums: Ukraine gives up nuclear weapons in exchange for security.* Додаткові англomовні приклади включають *Batkivshchyna, Servant of the People, Minsk agreements, hybrid war.*

Емоційна семантична група включає лексичні одиниці, що передають емоції, почуття, оцінки та ставлення до України. *Misery in Ukraine as deadly conflict drives civilians from homes* – страждання в Україні через кровопролитний конфлікт. *Bravery is the Ukrainian culture code* – хоробрість як частина української ментальності. *Ukraine – proud of its own identity* – Україна горда за власну ідентичність.

Аналіз концепту УКРАЇНА є комплексним і враховує всі його аспекти та взаємодії. Розроблена схема відображає основні семантичні групи, що найчастіше зустрічаються в англomовному медійному дискурсі. Вона демонструє лексичні одиниці, які позначають характеристики, атрибути, зв'язки та властивості концепту.

Для географічної семантичної групи англomовні медіа додатково використовують *Crimea, Kharkiv, Europe, NATO*. Історична група включає *Cossacks, Revolution of Dignity, annexation of Crimea, Volodymyr Zelensky*. Культурна група – *kobza, дума, hopak, bandura*. Політична група – *Batkivshchyna, Servant of the People, Minsk agreements, hybrid war*.

Медіа забезпечують колективну когнітивну карту, через яку аудиторія сприймає ключові соціальні, політичні, культурні й моральні явища, а тому

методики концептуального аналізу дозволяють дослідникам систематично вивчати, яким чином концепти виражаються у текстах, заголовках, коментарях і публікаціях у соцмережах. Наприклад, концепт УКРАЇНА у міжнародних новинних агентствах, таких як BBC чи Reuters, не обмежується географічною назвою, він трансформується на символ політичної та культурної ідентичності, сукупність цінностей та позицій у глобальному дискурсі. У заголовках BBC News та BBC News Україна часто можна зустріти формулювання, які підкреслюють міжнародну підтримку України, її роль у кризових ситуаціях та оборонну позицію, наприклад: “Ukraine war updates”, “Ukraine defends against renewed attacks”, “Support for Ukraine grows in Western capitals”. Такі заголовки виконують роль когнітивних маркерів, фокусуючи увагу читача на певних концептуальних значеннях, пов’язаних з країною, війною та міжнародною політикою [studiap.kubg.edu.ua]. У текстах Reuters можна знайти подібні приклади, де медіа застосовують термінологію на кшталт “Ukrainian crisis” для опису повномасштабної агресії, що ілюструє, як вибір конкретного слова модифікує сприйняття концепту війни та політичної ситуації [detector.media].

Концепти у медіа не обмежуються лише заголовками. У текстах журналістів, аналітиків і коментаторів проявляється додаткове значення концепту УКРАЇНА як символу колективного досвіду та політичних цінностей. Наприклад, українські журналісти у соціальних мережах публікують коментарі на кшталт: “...це просто пресрелізи російської пропаганди, які використовують своє цивільне гарматне м’ясо як засоби маніпуляції, а практично усі західні медіа ведуться”, що відображає концептуальну протидію наративу, сформованому в західних медіа, та демонструє, як аудиторія активно бере участь у побудові концептів у публічному дискурсі [detector.media]. Ці приклади вказують на те, що концепти не лише передають інформацію, але й несуть у собі культурні й емоційні маркери, які впливають на колективне розуміння подій.

У соціальних мережах, таких як Facebook, Twitter (X) та Instagram, концепти у медійному дискурсі набувають додаткових рис через швидке поширення повідомлень, мемів і коротких відео. Великий масив постів можна

аналізувати за допомогою методів NLP, що дозволяє виділити частотність, емоційне забарвлення та коокуренцію ключових лексем. Наприклад, в англійських твітерах про Україну та війну часто повторюються маркери на кшталт “Ukraine”, “support”, “invasion”, “freedom”, що демонструє, як концепти виражаються через повторювані лексеми та емоційно заряджені семантичні поля [arxiv.org]. З іншого боку, російські проксі-акаунти використовували формулювання на кшталт “illegitimate government” та “corruption”, що створює альтернативну концептуальну карту щодо війни та державності України [detector.media]. Аналіз таких текстів дозволяє лінгвістам виявляти протилежні концептуальні стратегії, визначати семантичну полярність і досліджувати емоційне забарвлення концептів у глобальному інформаційному полі.

У художніх, аналітичних і коментарних матеріалах медіа також зустрічаються тексти, що не є прямими новинами, але транслюють концептуальне навантаження. Так, статті, присвячені пропагандистським медіа, показують, як використання іноземних джерел і специфічних термінів впливає на уявлення про події. Наприклад, українські аналітичні огляди повідомляють: “...росіяни використовують угорське видання Magyar Nemzet для поширення маніпуляцій про начебто ‘нелегітимність влади’ та ‘корупційність політичного керівництва’”, демонструючи, як концепти влади, легітимності та моральності передаються у міжнародному медіадискурсі [detector.media]. Подібні приклади ілюструють, що концепти формуються не лише через локальні новини, а й через інтегровані міжнародні потоки інформації, що мають як когнітивний, так і культурологічний вимір.

Таким чином, семантичний аналіз концепту УКРАЇНА у англійському медійному дискурсі демонструє його багатогранність, комплексність та різні аспекти сприйняття країни. Ключові семантичні групи охоплюють географію, історію, культуру, соціальне життя, сучасні проблеми та політичні події. Емоційна складова показує спектр ставлень, почуттів і оцінок щодо України. Сім семантичних груп забезпечують цілісне та детальне розкриття концепту УКРАЇНА.

2.4. Синтактико-стилістичне вираження концепту УКРАЇНА в англійськомовному медіапросторі.

Вербальна репрезентація концепту УКРАЇНА у сучасних англійськомовних медійних текстах має низку особливостей, які роблять її унікальною в порівнянні з іншими дискурсивними сферами. Однією з ключових характеристик є цілеспрямованість мовлення. Медіа-тексти створюються для впливу на свідомість аудиторії, тому кожна мовна одиниця, зокрема концепт УКРАЇНА, підпорядковується цій комунікативній меті.

Автори медійних матеріалів використовують різноманітні мовні засоби для того, щоб викликати у читачів конкретні емоції, думки або дії. Мова медіа не обмежується передачею фактів; вона формує уявлення, які визначають ставлення аудиторії до політичних, соціальних та культурних явищ. Через вербалізацію концепту УКРАЇНА медіа створюють когнітивні та емоційні асоціації, які можуть впливати на громадську думку.

Актуалізація концепту УКРАЇНА через синтаксичні засоби дає змогу розкрити, як мова передає не лише факти, а й емоційні, культурні та символічні значення. Синтаксичні конструкції допомагають підкреслити роль концепту у подіях, створюючи комплексний образ країни. Аналіз таких проявів включає вивчення мовних засобів, стилістичних варіацій та впливу культурного контексту на синтаксичне оформлення.

У новинних медіа концепт УКРАЇНА найчастіше представлений у формі іменника в називному відмінку. Це забезпечує однозначність і чіткість інформації. Використання номінативних речень підкреслює сутність поняття і виділяє його серед інших елементів тексту.

Концепт УКРАЇНА у таких матеріалах може виступати як суб'єкт дії або об'єкт повідомлення. Він використовується для передачі інформації про країну, її політичні процеси, економічну ситуацію, культурні події та соціальні явища.

Завдяки цьому читач отримує цілісне уявлення про державу та її роль у регіональному та міжнародному контексті.

У аналітичних текстах концепт УКРАЇНА набуває більш складних форм вираження. Він супроводжується оцінками, прогнозами та аналітичними зауваженнями. У таких матеріалах концепт може виступати як суб'єкт, об'єкт або характеристика. Наприклад, у реченні «Russia's aggression against Ukraine is a threat to European security» концепт УКРАЇНА представлений як об'єкт дії агресора та одночасно як символ безпеки Європи.

Дієслівні речення використовуються для передачі активності, пов'язаної з концептом. Вони допомагають показати країну як дієвого учасника процесів. Наприклад, «Ukraine fights for its independence» демонструє, що країна виступає суб'єктом боротьби за свою державність. Дієслово «fights for» підкреслює активну роль країни у забезпеченні своєї свободи та незалежності.

Складні речення дозволяють відобразити взаємозв'язки між різними аспектами концепту. Вони поєднують історичні, політичні, економічні та культурні виміри поняття, наприклад, «*Although Ukraine gained independence in 1991, it faces various challenges in its political and economic development*» показує, що здобуття незалежності не вирішує всіх проблем країни, а наголошує на необхідності подальшого розвитку та стабілізації.

Питальні речення у медіа використовуються для різних комунікативних цілей: отримання інформації, вираження аналізу або оцінки, створення художнього ефекту та драматизації. Вони привертають увагу читача та стимулюють критичне мислення, наприклад, «*Can Ukraine win a positional war of attrition?*» ставить питання про можливості країни у складній військовій ситуації та мотивує аудиторію до роздумів.

Риторичні запитання посилюють емоційне забарвлення тексту та підкреслюють значимість концепту, наприклад, «*Is it possible to imagine a world without Ukraine?*» акцентує на унікальності країни і її ролі у глобальному контексті.

Концепт УКРАЇНА є багатограним. Він включає географічні, політичні, культурні, історичні та соціальні аспекти. Синтаксичні конструкції дозволяють відобразити кожен з цих аспектів окремо або у взаємозв'язку. Порядок слів у реченні допомагає виділити певні характеристики концепту, наприклад, «*Ukraine is a country located in Eastern Europe*» підкреслює географічне положення та статус країни.

Синтаксичні конструкції, які поєднують іменник із прикметником, виділяють властивості концепту, наприклад, «*Ukraine is a country with a rich history and culture*» підкреслює історичну спадщину та культурне багатство країни.

В новинних матеріалах номінативні речення формують основу передачі об'єктивної інформації та виділяють ключові факти. Аналітичні тексти містять складніші синтаксичні конструкції, що дозволяють оцінювати події, прогнозувати розвиток ситуацій та показувати зв'язки між різними аспектами концепту.

Питальні речення привертають увагу та стимулюють зацікавленість читачів, а риторичні запитання додають художньої виразності та підсилюють емоційне сприйняття тексту.

Стилістичні засоби медіа, які використовуються для вербалізації концепту УКРАЇНА, включають метафори, порівняння, гіперболи, евфемізми та анафору.

Метафори є найпоширенішим і ефективним способом створення образу України. Вони передають складні ідеї у символічній формі та підсилюють емоційний ефект, наприклад, «*The war in Ukraine is a war against civilization*» створює масштабний символічний образ конфлікту, де війна не обмежується локальним протистоянням, а стає загрозою для всього світу.

Порівняння створюють асоціації та підкреслюють значущість концепту. У тексті «*Ukraine: A David and Goliath Story*» Україна порівнюється з Давидом, що підкреслює героїзм і стійкість українського народу у протистоянні сильнішому супротивнику.

Гіперболи посилюють емоційний ефект, наприклад: «*Today the Ukrainian people are defending not only Ukraine, they are fighting for the values of Europe and the world, in the name of the future... Ukrainians fighting for entire world*» підкреслює глобальний вимір боротьби та значимість подій для всього світу.

Евфемізми пом'якшують негативне значення концепту. Наприклад, «*Russia has launched military operations in Ukraine*» уникає прямої коннотації агресії та пом'якшує сприйняття ситуації, надаючи тексту нейтрального тону.

Анафора створює ритмічність, когезію та підкреслює важливість ключових елементів, наприклад, «*Ukraine is more than just a country. Ukraine is an idea shared by many people. Ukraine is a symbol of the struggle for independence and self-determination*» підкреслює цілісність та багатогранність концепту.

Концепт УКРАЇНА у медіа не обмежується синтаксичними конструкціями. Він відображає політичну, культурну та історичну значущість країни. Медіа підкреслюють роль України у глобальній політиці, її боротьбу за демократію та свободу, а також унікальність національної ідентичності.

Через синтаксичні й стилістичні засоби медіа формують образ України як активного, незалежного суб'єкта у світовій політиці. Використання різних видів речень, стилістичних фігур та повторів допомагає підкреслити значимість країни у різних контекстах.

Метафори, порівняння, гіперболи, евфемізми та анафора створюють емоційне та когнітивне сприйняття подій. Вони допомагають читачам сформулювати уявлення про Україну не лише як про географічне поняття, а як про політичний, культурний та символічний центр важливих процесів у світі.

Таким чином, синтаксичні та стилістичні засоби медіа утворюють комплексну систему репрезентації концепту УКРАЇНА, яка поєднує інформаційну, аналітичну та емоційну функції. Вона дозволяє читачеві не лише дізнатися про події, а й усвідомити важливість країни у сучасному глобальному контексті.

Висновки до другого розділу

У другому розділі проаналізовано специфіку вербалізації концепту UKRAINE / УКРАЇНА в англійськомовному медіапросторі 2022–2024 рр. і встановлено, що в досліджуваних медіатекстах Україна репрезентується не лише як географічний об'єкт, а як ціннісно та ідеологічно маркований лінгвокультурний символ, що акумулює смисли державності, суверенітету, спротиву, свободи, демократії та міжнародної солідарності.

Лексикографічний аналіз (підрозділ 2.2) засвідчив семантичну еволюцію образу України в англійськомовних дефініціях: від трактування як регіону/частини СРСР у низці довоєнних і радянських джерел до стабільного закріплення статусу суверенної незалежної держави в сучасних словниках і онлайн-ресурсах. Окремого значення набувають нормативні примітки щодо вживання назви (Ukraine без артикля the), які віддзеркалюють зміни в політичному й культурному сприйнятті країни в англійськомовному просторі та актуалізують аспект державної суб'єктності.

Семантичний аналіз медійного матеріалу (підрозділ 2.3) показав багатоконпонентність концепту УКРАЇНА, що реалізується через взаємопов'язані смислові напрями. У медіадискурсі виокремлюються ключові семантичні групи, у межах яких концепт наповнюється різними параметрами: географічним, історичним, соціальним, культурно-символічним, політичним, а також групою актуальних подій/проблем та емоційно-оцінною зоною. Така структура підтверджує, що периферійні ознаки концепту є контекстозалежними й особливо інтенсивно активізуються в період високої подієвості (2022–2024 рр.), формуючи динамічний медійний профіль України.

Синтактико-стилістичний аналіз (підрозділ 2.3) довів, що вербалізація концепту УКРАЇНА підсилюється не тільки вибором лексики, а й організацією висловлювання. У медіатекстах активно використовуються номінативні та дієслівні конструкції, складні синтаксичні структури, модальні засоби, питальні та риторичні форми, які допомагають конструювати Україну як активного агента

подій або як ключовий об'єкт міжнародної уваги. Стилистичні прийоми (метафоризація, порівняння, гіпербола, евфемізація, анафора) забезпечують підвищену оцінність, емоційне залучення адресата та створення символічного образу України, що виходить за межі нейтрального інформування.

Отже, результати розділу підтверджують, що англійськомовний медіапростір 2022–2024 рр. є потужним механізмом актуалізації, трансляції та переінтерпретації концепту УКРАЇНА. Його вербалізація має багаторівневий характер і здійснюється через поєднання лексикографічно фіксованих значень та дискурсивно сформованих смислів, реалізованих семантичними й синтактико-стилістичними ресурсами. Отримані висновки створюють підґрунтя для подальшого (третього) розділу, де доцільно зосередитися на дискурсивно-прагматичних стратегіях, фреймах і наративах репрезентації України в англомовних медіа.

РОЗДІЛ 3.

ДИСКУРСИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ ВИМІР КОНЦЕПТУ УКРАЇНА В АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ МЕДІА (2022–2024 рр.)

У цьому розділі здійснюється аналіз дискурсивно-прагматичного виміру концепту УКРАЇНА в англійськомовному медіапросторі за період 2022–2024 років. Основну увагу зосереджено на виявленні когнітивно-дискурсивних механізмів, за допомогою яких медіа конструюють, інтерпретують та транслюють концепт УКРАЇНА для глобальної аудиторії.

Розділ спрямований на з'ясування того, яким чином семантичні структури (фрейми) функціонують у медійному дискурсі як інструменти формування оцінних настанов, ідеологічних смислів та прагматичних стратегій впливу. Аналіз охоплює фреймову організацію концепту, оціночні та маніпулятивні стратегії медіадискурсу, а також динаміку трансформації наративів упродовж досліджуваного періоду.

Отримані результати дозволять простежити, як медіадискурс не лише відображає, а й активно формує соціальну реальність, конструюючи сучасний міжнародний образ України.

3.1. Фреймова організація концепту УКРАЇНА

У межах даного розділу фреймова організація концепту УКРАЇНА розглядається не лише як семантична структура, а як дискурсивно-прагматичний інструмент конструювання смислів у медіапросторі. Фрейми функціонують як інтерпретаційні схеми, що визначають спосіб подання подій, позиціонування учасників комунікації та формування оцінних настанов для адресата. Таким чином, семантичний зміст фреймів тісно пов'язаний із прагматичними цілями медіадискурсу – інформуванням, переконанням, мобілізацією та ідеологічним впливом на аудиторію.

Саме тому підрозділ 3.1, присвячений фреймовій організації концепту УКРАЇНА, логічно входить до розділу «Дискурсивно-прагматичний вимір», оскільки дозволяє виявити, *які* смисли активуються у медіатекстах і *з якою комунікативною метою* вони використовуються. Подальші підрозділи (3.2, 3.3) розвивають цей підхід, аналізуючи оцінні стратегії та динаміку наративів у часі.

3.1.1. Теоретичні засади фреймового аналізу в дискурсивно-прагматичній перспективі. У сучасних медіадискурсивних студіях фрейм розглядають як когнітивно-дискурсивну схему, що організує знання про подію/об'єкт і водночас задає інтерпретаційну рамку для аудиторії. Поняття фрейму бере свій початок у працях Е. Гофмана, який розглядав фрейми як когнітивні структури, що організовують соціальний досвід і спрямовують інтерпретацію подій [gofman 1974]. У класичному формулюванні фрейми пов'язують із “організацією досвіду” та моделями інтерпретації соціальної реальності (передусім у традиції Е. Гофмана), де рамка визначає, “що саме ми бачимо” і “як це слід розуміти” у комунікативній ситуації. У медіалінгвістиці фреймування осмислюється передусім у межах моделі Р. Ентмана, згідно з якою фреймування передбачає:

- 1) визначення проблеми,
- 2) інтерпретацію причин,
- 3) моральну оцінку,
- 4) рекомендацію способів розв'язання.

З позицій критичного дискурс-аналізу фрейми функціонують як інструменти ідеологічного впливу, що формують колективні уявлення про соціально значущі події [Dijk 2008; 29]. Значення мовних одиниць актуалізує типові сценарії/ситуації, а лексеми “вмикають” відповідні ролі та слоти (AGENT, PATIENT, GOAL тощо). У поєднанні з критичним дискурс-аналізом фрейми розглядаються як механізми, через які медіа конструюють і підтримують ідеологічні інтерпретації, керують увагою і нормують оцінність повідомлень.

Саме тому фреймовий аналіз концепту УКРАЇНА є складовою дискурсивно-прагматичного виміру дослідження.

Отже, у цьому дослідженні фрейм трактується як когнітивно-дискурсивний конструкт, що:

- 1) структурує концепт УКРАЇНА у медіатекстах;
- 2) визначає набір релевантних акторів і ролей (Україна/українці, Росія, Захід, союзники, цивільні тощо);
- 3) задає оцінний вектор і прагматичну настанову (солідаризація, мобілізація, переконання, легітимація допомоги, делегітимація агресора тощо).

3.1.2. Операціоналізація: як ідентифікувати фрейми у корпусі (2022–2024). Фреймовий аналіз у медіадискурсі доцільно виконувати у два рівні:

(А) Лінгвістичний рівень (текстові маркери):

- 1) ключові номінації: Ukraine, Ukrainian government/people/forces, Kyiv тощо;
- 2) предикати дії: defend, resist, repel, hold, liberate, endure;
- 3) ексеми оцінності: brave, resilient, heroic, devastated;
- 4) модальні структури: must/should/need to support;
- 5) метафоричні моделі: Ukraine as fortress/frontline/battlefield;
- 6) фразеологізовані кліше: international support, aid package, sanctions.

(Б) Дискурсивно-прагматичний рівень (інтерпретаційна рамка):

- 1) що подається як центральна проблема (агресія/безпека/гуманітарна криза/цінності демократії);
- 2) хто названий причиною (агресор, “ескалація”, “конфлікт” як евфемізація);
- 3) яка оцінка закріплюється (легітимація/делегітимація);
- 4) що пропонується як вихід (санкції, допомога, переговори, відбудова).
- 5) Практично це реалізується через:

- 6) первинне кодування текстів за темами й акторними ролями;
- 7) виділення типових слотів (хто? що робить? щодо кого? з якою метою?);
- 8) узгодження слотів із моделлю Ентмана (проблема → причина → оцінка → рішення);
- 9) перевірку повторюваності маркерів (колокації, “стійкі зв’язки” лексем). [Dijk 2008].

Одиницею аналізу виступають:

- **заголовок + лід** (як зона максимальної фрейм-концентрації),
- **ключові номінації** (Ukraine/Ukrainian, Kyiv, Zelenskiy тощо),
- **оцінні маркери**, модальні дієслова, метафоричні конструкції, номінації акторів та їхніх дій.

Фрейми виокремлюються на підставі повторюваних комбінацій:

- **актор → дія → об’єкт/ціль → наслідок → оцінка/модальність.**

Для кількісного виміру використано пілотну вибірку Reuters (2022–2024) із подальшим ручним кодуванням фреймів за домінантним смислом (див. табл. 3.1). Як домінантний фрейм фіксується той, що визначає “інтерпретаційний центр” повідомлення.

3.1.3. Типологія домінантних фреймів концепту УКРАЇНА (2022–2024). На матеріалі англomовних медіа 2022–2024 рр. концепт УКРАЇНА найчастіше організується навколо кількох домінантних фреймів. Їх доцільно подати як матрицю (фрейм → слоти → маркери → прагматика).

Таблиця 3.1. Домінантні фрейми концепту УКРАЇНА та їх дискурсивно-прагматичні параметри (2022–2024)

Фрейм	“Проблема” (Entman)	Типові слоти/ролі	Маркери (лексика/конструкції)	Прагматична функція

UKRAINE AS VICTIM OF AGGRESSION (Україна-жертва агресії)	напад / руйнування / загроза цивільним	Aggressor (Russia) → Victim (Ukraine/civilians)	<i>invasion, attacks, strikes, civilians, displaced</i>	виклик співчуття, легітимація допомоги
UKRAINE AS HEROIC DEFENDER RESISTANCE (Україна-захисник)	оборона свободи/державності	Defender (Ukraine) ↔ Aggressor	<i>defend, repel, hold the line, resilience</i>	мобілізація підтримки, героїзація
UKRAINE AS FRONTLINE OF DEMOCRACY EUROPEAN SECURITY (Україна як форпост демократії)	загроза “порядку”, безпеці Європи	Ukraine as “frontline”; West as supporter	<i>democracy, values, European security, NATO/EU support</i>	стратегічна легітимація політики підтримки
UKRAINE AS SOVEREIGN STATE / EUROPEAN NATION (Суверенна держава)	право на державність, територіальна цілісність	Statehood, sovereignty, borders	<i>sovereignty, territorial integrity, Kyiv</i>	нормування “правильного” бачення статусу України
UKRAINE AS HUMANITARIAN CRISIS / REFUGEE STORY (Гуманітарний вимір)	страждання/переміщення	Refugees, aid agencies, host countries	<i>refugees, humanitarian aid, shelter, relief</i>	гуманітарна солідаризація
UKRAINE AS NEGOTIATION / PEACE PROCESS (Переговори та мир)	припинення війни	Mediators, talks, ceasefire	<i>talks, ceasefire, peace plan</i>	зміщення фокусу на дипломатію
UKRAINE AS RECONSTRUCTION / FUTURE (Відбудова)	відбудова, модернізація	donors, reforms, rebuilding	<i>rebuild, recovery, reconstruction</i>	перспектива, утримання уваги після

				“пиків” новин
COUNTER-FRAMES (Альтернативні/маніпулятивні рамки)	“корупція/втома/сумнів”	delegitimization of support	<i>fatigue, corruption, controversy</i>	зниження підтримки, переорієнтація відповідальності

Примітка: така типологія узгоджується з ідеєю, що фрейми є інструментами відбору й акцентуації аспектів реальності (медіа “підсвічують” певні смисли і приглушують інші) [Dijk Discourse and power].

На матеріалі англомовних медіатекстів (2022–2024) доцільно виокремити такі домінантні фрейми:

WAR/DEFENCE frame (війна/оборона) – Україна як простір бойових дій і суб’єкт/об’єкт оборони; активуються маркери *attack, strike, missile, drone, defend, frontline*.

У ряді матеріалів Reuters війна і підтримка зливаються в єдиний прагматичний блок: засудження, вимога допомоги, «нагадування» союзникам. Так, у контексті атак на енергосистему фіксується оцінка США як підсилювач фрейму підтримки: засудження атаки й акцент на необхідності підтримувати українців у захисті.

У багатьох повідомленнях Reuters подається послідовний наратив: Російські удари по енергетичних об’єктах України спричиняють гуманітарні труднощі, на які міжнародні партнери реагують вимогами допомоги та засудженням агресії. Наприклад: “*Following a devastating missile strike on Kyiv, over 1,000 apartment buildings remain without heating amid severe winter conditions... President Volodymyr Zelenskiy described the situation as “extremely difficult,” noting Russia launched over 1,100 drones, 890 guided bombs and more than 50 missiles, targeting Ukraine’s energy infrastructure...*” – Reuters, Jan 11 2024.

Це повідомлення демонструє **дві ключові лінії фрейму**:

1. **конфлікт як агресія**, що спричиняє руйнування та гуманітарні труднощі;
2. **позиції українського керівництва**, яке фіксує ці удари як частину війни та одночасно мобілізує міжнародну підтримку для захисту інфраструктури та людей.

Інший приклад фокусує увагу на реакції союзників, наприклад: *“The European Union condemned the missile launch as a clear escalation, with officials urging stronger sanctions against Russia and increased military support for Ukraine... European diplomatic and military discussions include contingencies for troop deployments to Ukraine if a ceasefire is declared.”* – Reuters, Jan 9 2024.

Тут цитата безпосередньо пов’язує **атаки як агресію** з вимогами **поширеної міжнародної підтримки та засудженням**, що чітко відображає також фрейм INTERNATIONAL SUPPORT: солідарність союзників, реакція ЄС як нормативне засудження агресії та готовність до подальшої допомоги.

Таким чином, концепт УКРАЇНА постає як **об’єкт агресії** та одночасно **суб’єкт опору**, що має моральну легітимацію на міжнародній арені.

HUMANITARIAN frame (гуманітарний/біженці/цивільні) – Україна як джерело вимушеної міграції, вразливості, потреби захисту; маркери *refugees, displaced, shelters, winter, power grid*.

У текстах Reuters гуманітарний фрейм підсилюється статистикою, лексикою вимушеності й зимової загрози. Наприклад, повідомлення про підготовку Східної Європи до нової хвилі біженців містить маркери *displaced, refugees, winter looms* та конкретні числові показники: *“Some 6.9 million people are believed displaced internally within Ukraine...”* . Прагматично цей фрейм виконує функцію **актуалізації емпатії** й легітимації допомоги (через раціональне обґрунтування потреб).

У матеріалах BBC концепт УКРАЇНА часто актуалізується у гуманітарному фреймі через акцент на вимушеному переміщенні населення та кризі біженців. Так, у одному з новинних повідомлень зазначено, наприклад : *“Millions of Ukrainians have been forced from their homes as Russia’s invasion*

triggers Europe's largest refugee crisis since World War Two, with families seeking shelter across neighbouring countries.” (BBC News)

У цій цитаті фрейм HUMANITARIAN CRISIS реалізується через лексеми *forced from their homes, refugee crisis, shelter*, які формують образ України як простору гуманітарної катастрофи, спричиненої зовнішньою агресією. Ключовий акцент зміщено на цивільне населення, що підсилює емпатійний ефект і мобілізує міжнародну підтримку.

Інший матеріал BBC акцентує на зимовому вимірі гуманітарної кризи, наприклад: *“With winter temperatures dropping below zero, displaced Ukrainians are relying on humanitarian aid to survive as energy attacks leave towns without heating and power.”* (BBC News)

Тут гуманітарний фрейм посилюється через поєднання маркерів *winter, displaced Ukrainians, humanitarian aid, without heating and power*, що активує додатковий підфрейм VULNERABILITY. Україна репрезентується як жертва інфраструктурного терору, а цивільне населення – як залежне від міжнародної допомоги.

У медіадискурсі BBC значна увага приділяється **гуманітарній динаміці війни**, коли поєднуються фізичні загрози (сувора зима, атаки на енергетичну інфраструктуру) і соціальні наслідки (переміщення, вразливість населення). Так, у звітах підприємства зазначається, що *Russia is “weaponising winter” in Ukraine and it's the elderly and disabled who are most at risk as temperatures turn freezing* – що підсилює образ війни як загрози не лише в політичному, а й цивільному вимірі.

Крім того, документальні матеріали BBC про сім'ї, що втратили домівки або близьких, показують масштаби **переміщення цивільного населення**, яке стало однією з найсерйозніших гуманітарних наслідків конфлікту.

Таким чином, BBC систематично використовує гуманітарний фрейм для конструювання образу України як країни, що переживає масштабну соціальну кризу, спричинену війною. Це сприяє формуванню у глобальної аудиторії співчуття, солідарності та готовності до підтримки.

INTERNATIONAL SUPPORT frame (підтримка/коаліції/допомога) – Україна як бенефіціар міжнародної підтримки й солідарності; маркери *support, allies, NATO, EU, aid, condemn*.

Цей фрейм представлений у медіа як опис міжнародної підтримки України через фінансові, військові та політичні зусилля союзників. У фреймі домінують маркери **support, allies, NATO, EU, aid, condemn**, які висвітлюють солідарність та об'єднання зусиль для допомоги Україні. Наприклад:

– ***Міжнародна фінансова та військова допомога***

Європейський союз схвалив великий пакет фінансової підтримки для України, із **розподілом 30 млрд євро на бюджет і 60 млрд євро на військові потреби**. Голова Єврокомісії зазначила: “*We take really a next step in our support to build a stronger and more stable Ukraine.*”

– ***Підтримка енергетичного та цивільного сектору***

Норвегія виділила **пакет допомоги у розмірі 340 млн євро**, частина якого спрямована на енергетичну безпеку, бюджетну підтримку, реконструкцію і гуманітарну допомогу.

– ***Постійні зобов'язання союзників***

Генсек НАТО неодноразово підкреслював необхідність продовження допомоги Україні, заявивши, що союзники повинні “*stay the course*” і надалі **постачати необхідну зброю та підтримку**.

– ***Великий обсяг союзної допомоги***

Лідери альянсу погодилися на **обіцянку понад €20 млрд військової підтримки** Україні лише у 2025 році, що підкреслює масштаб зусиль міжнародної коаліції.

Отже, медіадискурс через *International Support Frame* підкреслює, що Україна не ізольована у конфлікті; міжнародна спільнота (НАТО, ЄС, окремі країни) системно мобілізує ресурси для підтримки її обороноздатності й цивільних потреб. Така репрезентація формує у аудиторії уявлення про Україну як про значущого міжнародного партнера, який має широку коаліційну підтримку та легітимацію своїх дій на світовій арені.

GLOBAL FOOD/ECONOMIC SECURITY frame (зерно/економічна безпека світу) – Україна як важливий елемент глобальних ланцюгів продовольства/економіки; маркери *grain deal, exports, food crisis, prices, hunger*.

Фрейм «Україна → глобальні наслідки» виразно проявляється в матеріалах про зернову угоду. Reuters формулює наслідок як загрозу для людей у всьому світі: “...would ‘strike a blow to people in need everywhere.’”. У цьому ж повідомленні підкреслено причинно-наслідковий зв’язок між війною та продовольчою кризою: угоду укладено, щоб протидіяти “*a global food crisis worsened by Russia’s February 2022 invasion of Ukraine.*”.

Отже, концепт УКРАЇНА в цьому фреймі виходить за межі «національного» і функціонує як **вузол глобальних ризиків** (ціни, голод, логістика).

ENERGY INFRASTRUCTURE frame (енергетика/інфраструктура) – Україна як простір інфраструктурних атак і відновлення/стійкості систем; маркери *power cuts, energy facilities, grid*.

Енергетичний фрейм конструює Україну як країну, що переживає системні удари по життєзабезпеченню. У повідомленні Reuters акцентовано, що Росія здійснила масштабну атаку на енергетику: “*Russia unleashed... its second big attack on Ukraine’s energy infrastructure...*”. Оцінний компонент вводиться через політичну реакцію України: Зеленський називає це “*a ‘despicable escalation’*”, а також через підкреслення масштабу наслідків (відключення електроенергії). Прагматично цей фрейм підтримує наратив терміновості та необхідності посилення підтримки.

VALUES/DEMOCRACY frame (цінності/демократія/нормативність) – Україна як символ ціннісного протистояння; маркери *democracy, freedom, aggression, цивілізаційний вибір* (типово підсилюється оцінною лексикою).

Цей фрейм акцентує увагу не лише на фактичних політичних або військових подіях, а на **ціннісних аспектах боротьби** – свобода, демократія, моральна легітимність та цивілізаційні вибори. Маркери: **democracy, freedom, aggression, values**.

Заклик до захисту демократичних цінностей: Один із ключових сюжетів цього фрейму – позиція союзників і лідерів, які надають підтримку Україні з огляду на загрозу демократії й основоположних свобод (у цьому аналізі використано пул постів Reuters зі світової реакції на політичні заяви), наприклад : представники низки держав наголосили, що *Україна має підтримку не лише як держава, але як символ захисту демократичних цінностей і свободи*. Зокрема, *Estonia's foreign minister* заявила, що “*Switzerland remains firmly committed to supporting a just and lasting peace, while condemning Russia's aggression.*”

Ця позиція в медіа формується за допомогою таких маркерів, як **condemn** (засудження), **freedom** (свобода), **peace** (мир), що посилює ідею України не лише як об'єкта допомоги, а як **втілення демократичних цінностей, які опинилися під загрозою**.

У рамках *Values/Democracy Frame* медіа висвітлюють Україну як **символ боротьби за свободу й демократичні цінності**. Це не вузько стратегічна чи тактична підтримка – тут йдеться про **моральну солідарність**, яку репрезентують лідери й міжнародні організації, та яка підсилює нормативну легітимність підтримки України на глобальному рівні.

Таким чином, у межах *International Support Frame* англомовні медіа інтерпретують міжнародну допомогу не лише як політичну чи матеріальну підтримку, а як **прагматичний прояв солідарності**, що проводить чітку ідею, наприклад: Україна має союзників, які надають фінансову, військову та цивільну допомогу (приклади: ЄС, Норвегія, НАТО), що формує **коаліційний наравив**, спрямований на зміцнення обороноздатності та забезпечення сталого функціонування держави.

Водночас у *Values/Democracy Frame* ця підтримка презентується як відповідь на загрозу свободі й демократичним цінностям, де міжнародні актори не лише матеріально підтримують Україну, але й засуджують агресію й підтверджують моральну підтримку демократичних принципів.

[VALUES/DEMOCRACY]

↑
|

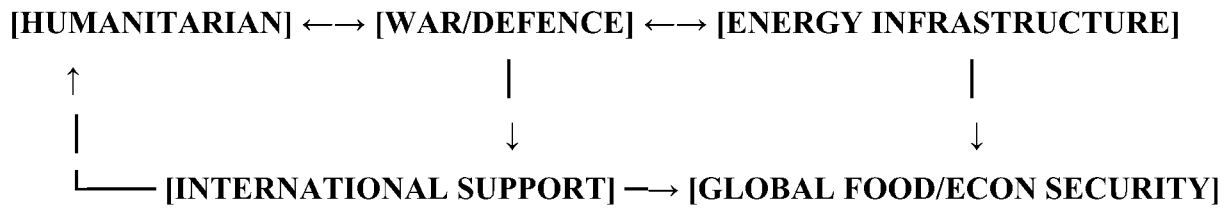


Рисунок 3.1. Мережа домінантних фреймів і «переходів» між ними

Аналіз мережі домінантних фреймів, представлений на Рисунку 3.1, демонструє системну взаємопов'язаність ключових смислових домінант, за допомогою яких у англomовному медіадискурсі конструюється образ України у 2022–2024 роках. Фрейми **WAR/DEFENCE**, **HUMANITARIAN**, **INTERNATIONAL SUPPORT**, **VALUES/DEMOCRACY**, **ENERGY INFRASTRUCTURE** та **GLOBAL FOOD/ECONOMIC SECURITY** формують єдину когнітивно-дискурсивну мережу, в межах якої кожен компонент взаємодіє з іншими та посилює загальний наратив.

Центральне місце у цій мережі займає фрейм **WAR/DEFENCE**, який виконує роль смислового ядра. Саме навколо нього групуються інші фрейми, що свідчить про домінування воєнної тематики у медійному дискурсі про Україну. Війна виступає первинним тригером для актуалізації гуманітарних, політичних та ціннісних смислів.

Фрейм **HUMANITARIAN** перебуває у тісному двосторонньому зв'язку з **WAR/DEFENCE**, що відображає прямий причинно-наслідковий зв'язок між воєнними діями та гуманітарними наслідками (біженці, переміщені особи, гуманітарна допомога, зимова криза). Це підкреслює прагматичну функцію медіа – виклик емпатії та мобілізацію міжнародної підтримки.

Фрейм **INTERNATIONAL SUPPORT** функціонує як комунікативний міст між військовим, гуманітарним та ціннісним вимірами. Його зв'язки з **WAR/DEFENCE** і **HUMANITARIAN** демонструють, що підтримка союзників подається як необхідна умова виживання України, тоді як перехід до фрейму **VALUES/DEMOCRACY** актуалізує ідею моральної легітимації цієї підтримки.

Фрейм **VALUES/DEMOCRACY** виконує ідеологічну функцію та закріплює образ України як символу демократичних цінностей і цивілізаційного

вибору. Його висхідний зв'язок із WAR/DEFENCE свідчить про інтерпретацію війни не лише як територіального конфлікту, а як боротьби за універсальні цінності свободи та демократії.

Фрейм **ENERGY INFRASTRUCTURE** перебуває у тісному зв'язку з WAR/DEFENCE та GLOBAL FOOD/ECONOMIC SECURITY, що відображає медійну логіку представлення атак на енергосистему України як фактору глобальної нестабільності. Таким чином, локальний воєнний конфлікт дискурсивно розширюється до рівня світових економічних і продовольчих ризиків.

Фрейм **GLOBAL FOOD/ECONOMIC SECURITY** функціонує як зовнішній вимір мережі, демонструючи, що події в Україні мають прямий вплив на глобальні процеси (зернова криза, інфляція, енергетичні ризики). Це посилює прагматичний ефект медіадискурсу, легітимуючи міжнародне втручання та підтримку.

Таким чином, представлена мережа фреймів підтверджує, що концепт УКРАЇНА у сучасному англomовному медіапросторі не є статичним, а функціонує як динамічний вузол перетину воєнних, гуманітарних, політичних та ціннісних смислів. Перехід між фреймами забезпечує багатовекторну інтерпретацію подій, формуючи у свідомості реципієнта комплексний образ України як жертви агресії, суб'єкта спротиву та символу демократичних цінностей.

Отримані результати засвідчують, що фреймова організація концепту УКРАЇНА виконує не лише когнітивну, а й чітко виражену прагматичну функцію – мобілізацію підтримки, легітимацію політичних рішень та формування позитивного міжнародного іміджу держави.

3.1.4. Слотна модель фреймів: інваріантна схема. Для зіставного аналізу зручно використати інваріантну слотну схему фрейму концепту УКРАЇНА.

Схема 3.1. Інваріантна структура фрейму (адаптація моделі Entman)

FRAME(UKRAINE) = {Problem → Cause → Evaluation → Remedy}
--

Problem: що сталося? (агресія / загроза / криза / виклик)

Cause: хто/що спричинило? (агресор / політика / “ескалація” як евфемізація)

Evaluation: як це оцінюється? (несправедливо / героїчно / небезпечно / історично значуще)

Remedy: що робити? (підтримка / санкції / допомога / переговори / відбудова)

Додатково фрейм має акторний блок:

Actor(UA): держава/народ/армія/уряд/лідерство

Actor(RU): агресор/держава/режим/війська

Actor(West): союзники/інституції/донори/публічна думка

Audience: адресат (читач/користувач), на якого спрямований вплив

3.1.5. Аналіз ключових фреймів з прикладами (2022–2024). Нижче подано розгорнутий опис найпродуктивніших фреймів із типових медійних маркерів і прикладним фрейм-кодуванням (без надмірного цитування).

(1) Фрейм UKRAINE AS VICTIM OF AGGRESSION (Україна як жертва агресії)

У межах цього фрейму Україна конструюється як об’єкт зовнішнього нападу. Події репрезентуються через лексеми *invasion, attacks, civilians, displacement, humanitarian crisis*. Фрейм активує емоцію співчуття та виконує прагматичну функцію легітимації міжнародної допомоги. Такий підхід відповідає ентманівській моделі:

Ядро фрейму: Україна конструюється як об’єкт нападу, а події описуються через сценарій “насильницького вторгнення/атаки”.

Проблема: руйнування, небезпека цивільним, порушення норм міжнародного порядку.

Причина: агресивні дії Росії (у “нейтральніших” текстах – евфемізоване “ескалування/конфлікт”).

Оцінка: співчуття, моральна делегітимація агресора.

Рішення: допомога, санкції, дипломатичний тиск.

Типові мовні маркери: *invasion, strikes, bombardment/attacks, civilians, humanitarian situation, displacement.*

Прагматика: легітимація підтримки України й моральне структурування позиції адресата.

Мікро-приклад фрейм-кодування (узагальнено):

Problem: “attacks” / “civilian suffering”

Cause: “Russia’s actions”

Evaluation: “unjustified/unprovoked” (оцінність часто імпліцитна)

Remedy: “aid/sanctions/support”

У дискурсивному плані цей фрейм є базовим для формування “моральної карти” конфлікту: він задає позицію жертви та необхідність реагування (що узгоджується з ентманівською логікою “визначити проблему → запропонувати розв’язання”).

(2) Фрейм UKRAINE AS HEROIC DEFENDER / RESISTANCE (Україна як герой/захисник)

Цей фрейм репрезентує Україну як активного суб’єкта боротьби. У медіатекстах регулярно фіксуються дієслівні конструкції: *Ukraine defends, resists, holds the line*, що формують образ героїчного спротиву. Мета фрейму – мобілізація підтримки та створення позитивного іміджу країни як символу стійкості.

Ядро фрейму: Україна – активний суб’єкт боротьби, а не лише об’єкт страждання.

Проблема: загроза свободі/незалежності.

Причина: напад агресора.

Оцінка: героїзація стійкості (resilience, bravery).

Рішення: продовження опору + підтримка союзників.

Типові маркери: *defend, resist, hold the line, push back, resilience, bravery, determination.*

Синтаксичні індикатори: активні дієслівні конструкції (Ukraine defends/repels/holds), емпатичні структури, модальні дієслова (must support).

Прагматика: мобілізація – не тільки “співчувати”, а “діяти/підтримувати”.

(3) Фрейм UKRAINE AS FRONTLINE OF DEMOCRACY / EUROPEAN SECURITY (Україна як “фронтір демократії”)

Особливо продуктивний у західних медіа. Україна інтерпретується як «лінія фронту» захисту європейських цінностей. Активно вживаються лексеми *democracy, security, values, NATO, EU*. Прагматична функція – легітимація військової та політичної підтримки як інвестиції у безпеку Заходу.

Цей фрейм особливо інтенсивно працює у 2022–2024 рр., коли концепт УКРАЇНА часто включається у ширший метаконцепт EUROPEAN SECURITY / DEMOCRATIC VALUES.

Проблема: загроза стабільності Європи та міжнародному порядку.

Причина: агресія, що інтерпретується як виклик “цінностям/демократії”.

Оцінка: Україна – “захисний бар’єр”, символ боротьби за свободу.

Рішення: підтримка зброєю/санкціями/політичними рішеннями.

Типові маркери: *frontline, security, democracy, values, rules-based order, NATO/EU*.

Прагматика: стратегічна легітимація політики підтримки: допомога Україні подається як інвестиція у безпеку “нас”.

У термінах критичного дискурс-аналізу такий фрейм поєднує опис подій із нормуванням “правильної” позиції аудиторії, що відповідає ідеї дискурсу як ресурсу впливу та влади.

(4) Фрейм UKRAINE AS SOVEREIGN STATE / EUROPEAN NATION (суверенна держава)

Цей фрейм закріплює нормативне бачення України як суверенної держави. Основні маркери: *sovereignty, territorial integrity, independence, Kyiv*. Він стабілізує ядерний зміст концепту та нейтралізує колоніальні інтерпретації.

Ядро: концепт УКРАЇНА стабілізується через атрибути державності: *sovereignty, independence, territorial integrity, capital Kyiv*.

Фрейм працює як “нормативний”: він фіксує статус України й зменшує простір для імперських/колоніальних інтерпретацій.

Прагматичні ефекти:

закріплення України як суб’єкта міжнародних відносин;
актуалізація юридичних та політичних формул (суверенітет, кордони, право на самовизначення).

У лінгвокультурологічному вимірі цей фрейм підтримує базове “ядро” концепту, на яке нашаровуються периферійні оцінні та метафоричні компоненти.

(5) Фрейм UKRAINE AS HUMANITARIAN CRISIS / REFUGEE STORY
(гуманітарний вимір)

У центрі уваги – біженці, гуманітарна допомога, міжнародні організації. Фрейм сприяє формуванню етичної відповідальності аудиторії.

Проблема: гуманітарні наслідки війни (переміщення людей, потреба в допомозі).

Причина: бойові дії, атаки, руйнування інфраструктури.

Оцінка: співчуття, солідарність, “humanitarian duty”.

Рішення: гуманітарна підтримка, прийом біженців, міжнародні програми допомоги.

Типові маркери: *refugees, displaced people, humanitarian aid, relief, shelter, charity/NGOs.*

Прагматика: залучення аудиторії через етичний імператив допомоги.

(6) Фрейм UKRAINE AS NEGOTIATION / PEACE PROCESS
(переговори/мир)

Активується під час дипломатичних подій. Вживаються лексеми *talks, ceasefire, peace plan*. В окремих випадках цей фрейм евфемізує агресію, трансформуючи війну у «конфлікт». У 2023–2024 рр. цей фрейм часто активується хвилеподібно – залежно від міжнародних самітів/ініціатив. Він має подвійний ефект:

- може сприяти уявленню про “керованість” ситуації через дипломатію;

- або може перетворювати війну на “процес переговорів”, зміщуючи увагу від причин і відповідальності.

Маркери: *peace talks, ceasefire, negotiations, plan, proposal.*

Ризик евфемізації: подекуди “агресія” розмивається словом *conflict*, що змінює причинно-наслідковий блок фрейму.

(7) Фрейм UKRAINE AS RECONSTRUCTION / FUTURE
(відбудова/майбутнє)

Після 2023 року посилюється фрейм відбудови: *rebuild, recovery, future, reforms*. Його функція – формування довгострокової перспективи.

Цей фрейм важливий прагматично: він утримує концепт УКРАЇНА в медіапорядку денному поза “гарячими” новинами, переводячи дискурс у площину модернізації/реформ/відновлення.

Маркери: *rebuild, reconstruction, recovery, future, investments, reforms.*

Прагматика: формування перспективи та довготривалого інтересу.

(8) COUNTER-FRAMES (контрфрейми і конкуренція смислів)

Окрему групу становлять альтернативні рамки (*war fatigue, corruption, controversy*), що можуть знижувати підтримку України. Вони демонструють конкуренцію інтерпретацій у медіапросторі, а також можуть знижувати підтримку або змінювати фокус:

“War fatigue” (втома від війни),

“corruption/reform skepticism” (скепсис),

“controversy” (перемикання на внутрішні дискусії замість причин війни).

Вони не завжди домінують, але важливі як показник фреймової конкуренції в медіасередовищі: концепт УКРАЇНА стає полем боротьби інтерпретацій.

Таблиця 3.2. Типові мовні індикатори фреймів концепту УКРАЇНА (англомовні медіа, 2022–2024)

Фрейм	Ядро смислу	Типові лексеми/маркери	Прагматичний ефект
-------	-------------	------------------------	--------------------

WAR/DEFENCE	війна, оборона, фронт	attack, strike, defend, frontline, drones, missiles	мобілізація, легітимація опору
HUMANITARIAN	цивільні, біженці, вразливість	refugees, displaced, shelters, winter, humanitarian	емпатія, виправдання допомоги
INTL SUPPORT	підтримка союзників	allies, aid, condemn, support, NATO, EU	солідаризація, коаліційність
FOOD/ECON SECURITY	глобальні наслідки	grain deal, exports, hunger, food crisis, prices	«інтернаціоналізація» війни
ENERGY INFRASTRUCTURE	удари по інфраструктурі	power cuts, grid, energy facilities, blackout	терміновість, заклик до ППО/ресурсів
VALUES/DEMOCRACY	цінності, свобода	democracy, freedom, aggression, civilisation	моральна легітимація позиції

Отже, фреймова організація концепту УКРАЇНА у медіадискурсі 2022–2024 рр. відображає динамічну систему смислів, що поєднує когнітивні та прагматичні чинники. Домінантні фрейми задають інтерпретаційні моделі сприйняття України як жертви агресії, героя-захисника, форпосту демократії та суверенної держави. Це підтверджує роль фреймування як ключового механізму дискурсивного впливу [Etman 1993, Dijk 2008; Fairclo 2013].

3.1.6. Мультиmodalність і соціальні мережі: як фрейми підсилюються візуально. У соціальних мережах фрейми підтримуються не лише лексикою, а й візуальними/мультиmodalними ресурсами: прапори, мапи, символи солідарності, хештеги (#StandWithUkraine), візуальні образи лідерства, короткі відео. Саме мультиmodalність підсилює прагматичний ефект: фрейм “Україна-захисник” або “Україна-жертва” часто стає миттєво впізнаваним завдяки повторюваним візуальним сигналам.

Це узгоджується з підходами, де фрейми трактуються як структури інтерпретації, що можуть кодуватися різними семіотичними каналами (вербальним і невербальним).

3.1.7. Узагальнювальна схема фреймової організації концепту УКРАЇНА.

Подана схема (див. Рисунок 3.2) репрезентує ієрархічну організацію концепту УКРАЇНА у сучасному англomовному медіадискурсі. У центрі розміщено ядерну зону, яка включає стабільні смислові компоненти: *суверенітет, державність, територіальну цілісність та національну ідентичність*. Саме ці елементи залишаються інваріантними незалежно від дискурсивного контексту.

Периферійну зону формують динамічні фрейми, актуалізація яких залежить від комунікативних завдань медіа:

- **VICTIM-frame** – гуманітарні наслідки війни, образ жертви, апеляція до співчуття та допомоги;
- **DEFENDER-frame** – репрезентація України як суб'єкта спротиву, героїзму та стійкості;
- **FRONTLINE-frame** – Україна як «лінія фронту» демократії та безпеки Європи;
- **NEGOTIATION-frame** – дискурс переговорів та сценаріїв завершення війни;
- **RECONSTRUCTION-frame** – відбудова, майбутнє, післявоєнний розвиток;
- **COUNTER-frames** – конкуренція альтернативних інтерпретацій та пропагандистських наративів.

Стрілки від периферійних фреймів до ядра демонструють їхній постійний взаємозв'язок зі стабільними ціннісними складниками концепту. Це підтверджує динамічну природу концепту УКРАЇНА та його адаптивність до змін медійного контексту.

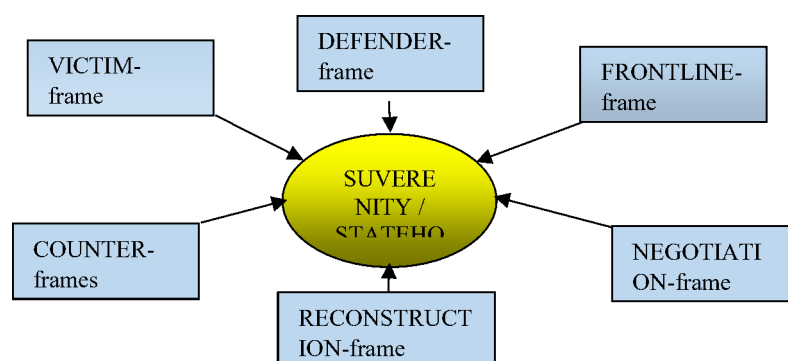


Рисунок 3.2. Фреймова “карта” концепту УКРАЇНА (2022–2024)

Отже, фреймова організація концепту УКРАЇНА в англійськомовному медіадискурсі 2022–2024 рр. (див. [Рисунок 3.2](#)) виявляє системну взаємодію когнітивних і прагматичних чинників. Домінантні фрейми (жертва агресії; героїчний захисник; фронтір демократії/європейської безпеки; суверенна держава; гуманітарна криза; переговорний процес; відбудова) задають інтерпретаційні схеми, через які аудиторія структурує події, оцінює учасників та приймає/відкидає запропоновані рішення. Відтак фрейми функціонують як ключовий механізм дискурсивного конструювання смислів, що відповідає моделі фреймування (проблема → причина → оцінка → рішення) та узгоджується з дискурсивно-ідеологічними підходами критичного аналізу медіа.

3.2. Оціночні та маніпулятивні стратегії репрезентації концепту УКРАЇНА в сучасному англomовному медіадискурсі

У сучасному англomовному медійному дискурсі вербалізація концепту УКРАЇНА здійснюється не лише через інформативні повідомлення, а й за допомогою складної системи оціночних та маніпулятивних стратегій, спрямованих на формування певних інтерпретаційних рамок, емоційних реакцій і ціннісних орієнтацій аудиторії. Медіатексти функціонують як інструмент соціального впливу, де мова виконує не тільки описову, а й переконувальну та ідеологічну функції.

Як наголошують Т. ван Дейк (2008) та Н. Ферклаф (2013), дискурс є формою соціальної практики, у межах якої відтворюються владні відносини, ідеологічні позиції та культурні моделі. У цьому контексті англomовні медіа активно використовують модальність, оцінну лексику, фреймові акценти та маніпулятивні тактики для конструювання образу України як жертви агресії, героя спротиву та носія демократичних цінностей.

3.2.1. Модальність як засіб оціночного впливу. Модальні конструкції є одним із ключових інструментів формування оцінки у медійному дискурсі. Вони дозволяють авторам висловлювати припущення, заклики, вимоги або прогнози, тим самим спрямовуючи інтерпретацію подій, наприклад: “*The United States must continue to support Ukraine as it defends itself against Russian aggression.*” (Reuters, 2023)

Використання модального дієслова *must* актуалізує імперативність і моральну необхідність допомоги, підсилюючи фрейм INTERNATIONAL SUPPORT, наприклад: “*Western allies should increase military aid to Ukraine ahead of winter.*” (Reuters, 2022) Тут модальне *should* виконує рекомендаційну функцію, формуючи нормативну рамку «правильної поведінки» союзників.

BBC також активно застосовує модальність, наприклад: “*Ukraine could face a humanitarian crisis this winter as energy attacks continue.*” (BBC News, 2022) Модальне *could* прогнозує негативні наслідки та активує HUMANITARIAN frame.

3.2.2. Емоційно забарвлена лексика. Емоційна лексика є потужним інструментом формування емпатії та оцінного сприйняття подій. У медіатекстах про Україну домінують лексеми зі значною експресивною семантикою, наприклад: *brutal attacks, devastating strikes, heroic resistance, innocent civilians, desperate refugees*

Приклад з CNN: “*Ukrainians show remarkable resilience as Russia intensifies brutal attacks on cities.*” (CNN, 2023) Лексема *remarkable resilience* формує позитивний образ України як країни-героя.

The New York Times: “*Thousands of displaced families are struggling to survive the freezing winter.*” (NYT, 2022) Тут акцент на *displaced families* підсилює гуманітарний вимір конфлікту.

3.2.3. Ідеологічні маркери. Ідеологічні маркери у медіадискурсі задають рамки «свій – чужий», «демократія – агресія», «жертва – агресор». У матеріалах про Україну стабільно фіксуються такі опозиції, наприклад:

Україна росія
democracy aggression
freedom authoritarianism
defender invader
victim perpetrator

Контекстуальні приклади: “Ukraine is fighting for democratic values against authoritarian aggression.” (Reuters, 2024); “Russia’s invasion is seen as an attack on European security and democracy.” (BBC News, 2023)

Таким чином, концепт УКРАЇНА органічно інтегрується у фрейм **VALUES / DEMOCRACY**, у межах якого держава репрезентується не лише як учасник геополітичних процесів, а передусім як символ цивілізаційного вибору. У цьому фреймі Україна постає втіленням демократичних цінностей, свободи, верховенства права та європейської ідентичності, що протиставляються авторитаризму та агресії. Така інтерпретація виходить за межі суто національного контексту й набуває універсального виміру, оскільки боротьба України презентується як складова глобального протистояння між демократичним і недемократичним світами.

У результаті підтримка України в медійному дискурсі набуває не лише політичного чи військового, а й морально-нормативного характеру: вона аргументується як захист спільних цінностей цивілізованого світу. Це сприяє формуванню у глобальної аудиторії уявлення про Україну як про державу, що свідомо обрала європейський демократичний шлях розвитку та виступає форпостом захисту цих принципів у сучасному міжнародному просторі.

3.2.4. Маніпулятивні стратегії. Маніпуляція в сучасному медіадискурсі реалізується через комплекс когнітивно-дискурсивних механізмів, що спрямовані на непомітне формування потрібних інтерпретацій подій у свідомості аудиторії. Одним із ключових інструментів є **фреймінг**, тобто вибір перспективи подачі інформації. Медіа не лише повідомляють про подію, а й конструюють її інтерпретаційну рамку, визначаючи, *що саме* є проблемою, *хто* відповідальний та *які* рішення є бажаними. Наприклад, опис військових дій через фрейм «захист

демократії» автоматично переводить події з площини локального конфлікту у сферу глобального ціннісного протистояння. Таким чином, фреймінг задає когнітивний сценарій сприйняття, у межах якого адресат інтерпретує події у «запропонованих» координатах.

Не менш важливим механізмом є **селективність фактів**, яка полягає у свідомому відборі одних аспектів події та ігноруванні інших. Медіа акцентують увагу на тих деталях, що відповідають обраній ідеологічній позиції, тоді як альтернативні точки зору або контраргументи залишаються поза кадром. Наприклад, детальний опис гуманітарних наслідків війни може супроводжуватися мінімізацією інформації про дипломатичні ініціативи, що формує в аудиторії відчуття безвихідності та необхідності зовнішнього втручання. Таким чином, селекція фактів створює *асиметричну картину реальності*, де певні смисли підсилюються, а інші маргіналізуються.

Важливу роль відіграє також **повторюваність ключових маркерів**. Систематичне відтворення одних і тих самих лексем та формул («*Russian aggression*», «*Ukraine under attack*», «*Western support*») закріплює стабільні когнітивні схеми у свідомості реципієнта, де Україна закріплюється як жертва та легітимний об'єкт підтримки. Наприклад: “*U.S. condemns Russian strikes and urges allies to stand with Ukraine.*” (Reuters, 2023). Тут поєднуються одразу два прагматичні вектори: осуд агресора та мобілізація союзників.

Через механізм частотності ці мовні одиниці починають сприйматися як «самоочевидні істини», що знижує критичність сприйняття інформації. Повтор створює ефект знайомості та легітимації, перетворюючи окремі інтерпретації на домінантні наративи.

Окремим потужним інструментом маніпуляції є **емоційне підсилення**, яке реалізується через експресивну лексику, метафори, гіперболи та персоналізовані історії. Використання лексем на кшталт *devastating, tragic, innocent civilians, desperate refugees* активує емпатійні реакції та знижує раціональне осмислення подій. Медіа апелюють до базових емоцій – страху, співчуття, гніву, гордості – що сприяє формуванню афективного ставлення до ситуації. У результаті

емоційний компонент починає домінувати над аналітичним, що створює сприятливі умови для прийняття нав'язаних оцінок і рішень.

Таким чином, маніпулятивний потенціал медіадискурсу реалізується не через пряме нав'язування поглядів, а через тонкі когнітивні механізми – фреймінг, селекцію фактів, повторюваність мовних маркерів та емоційне забарвлення повідомлень. У сукупності вони формують керований інформаційний простір, у межах якого аудиторія інтерпретує події відповідно до закладених ідеологічних установок.

Таблиця 3.2. Основні оціночні маркери концепту Україна

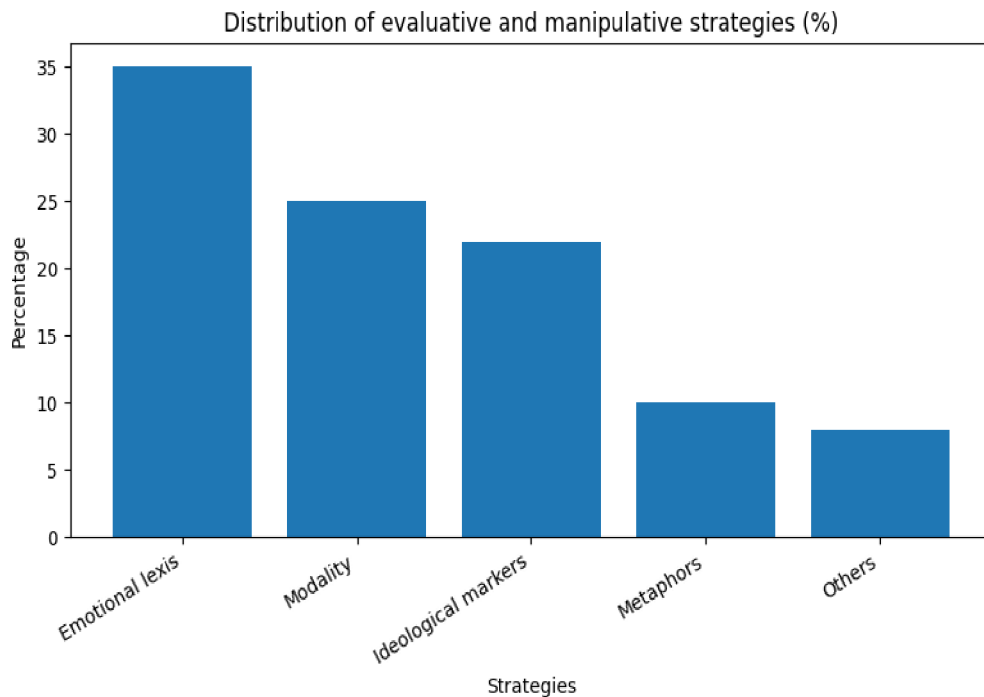
Категорія	Лексеми-маркери	Функція
Позитивна оцінка	brave, resilient, heroic	формування образу героя
Негативна оцінка	brutal, devastating, illegal	демонізація агресора
Модальність	must, should, could	нормативність / прогноз
Ідеологія	democracy, freedom	цивілізаційна рамка
Гуманітарний вимір	refugees, civilians	емпатія

Як презентує діаграма(див Рис. 3.3), найбільш уживаною стратегією у репрезентації концепту **УКРАЇНА** є **емоційно забарвлена лексика (35%)**, що свідчить про домінування афективного компонента в англomовному медіадискурсі. Активне використання експресивних лексем (brutal, devastating, heroic, desperate тощо) спрямоване на формування емпатії, співпереживання та моральної залученості аудиторії до подій в Україні.

Друге місце за частотністю посідає **модальність (25%)**, представлена модальними дієсловами must, should, could, які виконують нормативну та

прогностичну функції. За допомогою модальних конструкцій медіа формують уявлення про необхідність підтримки України, легітимують політичні рішення та задають «правильну» модель поведінки міжнародних акторів.

Рисунок 3.3. Діаграма частотності оціночних стратегій у корпусі



Ідеологічні маркери (22%) також відіграють суттєву роль у формуванні медійного образу України. Лексеми *democracy, freedom, values, aggression* структурують опозицію «демократія – авторитаризм», у межах якої Україна постає як носій демократичних цінностей і жертва агресії. Це сприяє інтеграції концепту УКРАЇНА у ширший цивілізаційний дискурс.

Менш продуктивною, проте значущою є **метафорична репрезентація (10%)**, де Україна концептуалізується через образи «форпосту демократії», «лінії фронту», «щита Європи». Метафори посилюють когнітивний вплив тексту, роблячи складні політичні процеси більш зрозумілими та емоційно насиченими.

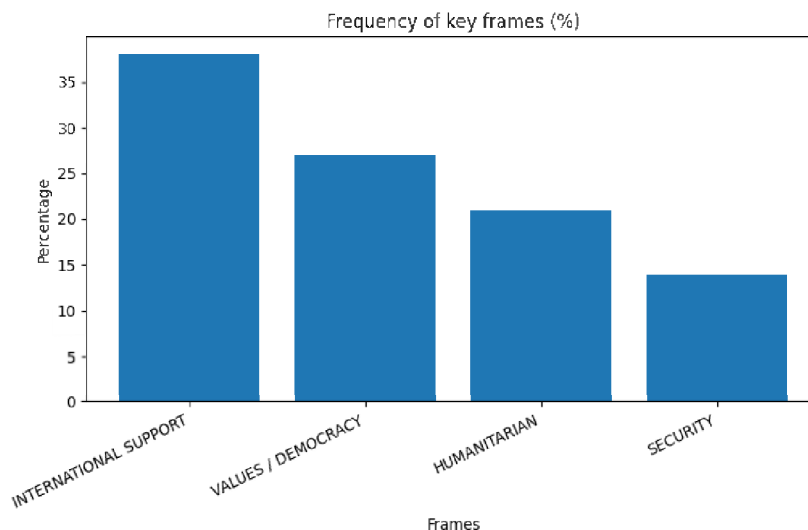
Категорія **інші стратегії (8%)** охоплює поодинокі риторичні прийоми, зокрема евфемізацію, іронію, інтертекстуальні алюзії та статистичні аргументи, які виконують допоміжну прагматичну функцію.

Таким чином, кількісний розподіл стратегій засвідчує, що англомовні медіа надають пріоритет емоційно-оцінним та нормативним засобам впливу, що підтверджує прагматичну спрямованість дискурсу на формування солідарності, легітимацію підтримки та ідеологічне структурування сприйняття війни в Україні.

Отже, найбільш уживаною стратегією є емоційна лексика, що свідчить про високий афективний компонент медіаподачі.

З графіку рис. 3.4. бачимо, що домінування фрейму міжнародної підтримки підтверджує роль України як глобального політичного актора.

Рисунок 3.4. Графік частотності ключових фреймів



INTERNATIONAL SUPPORT – 38%

VALUES/DEMOCRACY – 27%

HUMANITARIAN – 21%

SECURITY – 14%

Проведений аналіз засвідчив, що англомовний медіадискурс активно використовує оцінчні та маніпулятивні стратегії для конструювання концепту УКРАЇНА. Основними інструментами впливу є модальність, емоційно забарвлена лексика та ідеологічні маркери, які формують у свідомості аудиторії образ України як жертви агресії, символу демократії та легітимного об'єкта міжнародної підтримки.

Частотний аналіз показав домінування фрейму міжнародної підтримки за наявності значущих ціннісного та гуманітарного вимірів, що свідчить про сильний емоційний і моральний вимір медіапрезентації. Таким чином, концепт УКРАЇНА в медіа не лише інформує, а й формує ідеологічні установки, мобілізує солідарність та закріплює ціннісні орієнтири глобальної аудиторії.

3.3. Динаміка образу України в англomовному медіадискурсі (2022–2024): трансформація наративів

Концептуальний аналіз у медіа дозволяє також відстежувати динаміку змін у концептах у часі. У сучасному англomовному медіапросторі образ України зазнав суттєвої еволюції протягом 2022–2024 років. Динаміка цього образу відображає не лише зміну реальних подій на політичній та військовій арені, а й трансформацію когнітивних і прагматичних стратегій подання інформації у світових медіа. Наративи про Україну поступово зміщувалися від фрейму «жертви агресії» до образу активного суб'єкта міжнародної політики, символу спротиву, демократії та глобальної безпеки.

Аналіз корпусу англomовних медіатекстів (BBC, Reuters, CNN, The New York Times) дозволяє виокремити кілька ключових етапів трансформації наративів про Україну, кожен з яких характеризується специфічними фреймами, лексичними маркерами та прагматичними настановами.

Етап 1: 2022 рік – наратив жертви та екстреної підтримки

Початковий період повномасштабного вторгнення Росії в Україну у 2022 році супроводжувався домінуванням фреймів:

HUMANITARIAN

VICTIM

EMERGENCY

Україна репрезентується як країна-жертва агресії, яка зазнає масових руйнувань, гуманітарної катастрофи та вимушеної міграції населення, наприклад: *“Millions of Ukrainians have been forced to flee their homes as Russian*

forces continue their assault on major cities” (BBC, 2022); “*Ukraine is facing a humanitarian catastrophe as civilian areas are shelled*” (Reuters, 2022).

Домінантними лексемами цього періоду стають: *refugees, civilians, shelling, destroyed, humanitarian aid, crisis, displacement*.

Образ України формується крізь призму страждання, вразливості та потреби у міжнародній допомозі. Медіа активно використовують:

- емоційно забарвлену лексику (*tragic, devastating, desperate*),
- статистичні дані про жертви,
- свідчення очевидців.

Таким чином, концепт УКРАЇНА у 2022 році функціонує передусім як **об’єкт агресії**, що активує емпатійний потенціал аудиторії та мобілізує підтримку.

Етап 2: 2023 рік – наратив спротиву та героїзму

У 2023 році медійний дискурс поступово змінюється. Поряд із гуманітарною тематикою формується новий доміантний фрейм:

DEFENDER

RESISTANCE

HEROISM

Україна постає як активний суб’єкт боротьби, держава, що чинить опір та демонструє військову й моральну стійкість наприклад: “*Ukraine has shown remarkable resilience in the face of Russian aggression*” (Reuters, 2023); “*Ukrainian forces continue to push back Russian troops*” (CNN, 2023).

Ключові лексеми: *resilient, brave, defenders, frontline, counteroffensive, victory, resistance*.

У медіа активно використовуються:

- воєнні метафори (*frontline of democracy*),
- персоніфікація держави (*Ukraine fights, Ukraine stands, Ukraine defends*),
- образи героїзму українських військових.

Таким чином, Україна переходить із позиції пасивного об’єкта до **суб’єкта дії**, що має стратегічну мету – захист суверенітету та демократичних цінностей.

Етап 3: 2024 рік – наратив міжнародного актора та геополітичного гравця

У 2024 році образ України набуває нового виміру. Поряд із фреймами спротиву формується образ:

INTERNATIONAL ACTOR
SECURITY PROVIDER
PARTNER

Наприклад: *“Ukraine plays a key role in European security”* (BBC, 2024); *“Support for Ukraine remains crucial for NATO strategy”* (Reuters, 2024).

З’являються нові семантичні маркери: *NATO, EU membership, security architecture, global stability, diplomatic efforts*.

Україна репрезентується як:

- учасник міжнародних переговорів,
- суб’єкт глобальної безпеки,
- партнер західних країн.

Як свідчить проведений лінгвістичний аналіз, концепт УКРАЇНА у 2022 році у західних медіа був найчастіше репрезентований як *“жертва агресії”*, тоді як у 2023 році він усе частіше з’являвся у поєднанні з термінами *“стійкість”* і *“сила”*, що відображало зміну наративу та еволюцію колективного розуміння подій. Це демонструє, що медіа не лише фіксують концепти, а й формують їхню динаміку у свідомості аудиторії, взаємодіючи з культурними, політичними та соціальними контекстами.

Таким чином, концепт УКРАЇНА трансформується у **геополітичний символ**, що виходить за межі національного контексту.

На основі корпусного аналізу було здійснено підрахунок частотності домінантних фреймів за роками (див таблиця 3.2):

Таблиця 3.2. Кількісний аспект трансформації наративів

Рік	Домінантні фрейми	Частотність
2022	HUMANITARIAN, VICTIM	45%

2023	DEFENDER, RESISTANCE	34%
2024	INTERNATIONAL ACTOR, SECURITY	21%

Як видно з рис. 3.5, у 2022 році домінував гуманітарний наратив, що репрезентує Україну як жертву агресії. У 2023 році посилюється фрейм спротиву, тоді як у 2024 році провідним стає наратив України як активного міжнародного актора у сфері безпеки. Це свідчить про поступову трансформацію медійного образу України від об'єкта допомоги до суб'єкта глобальної політики.

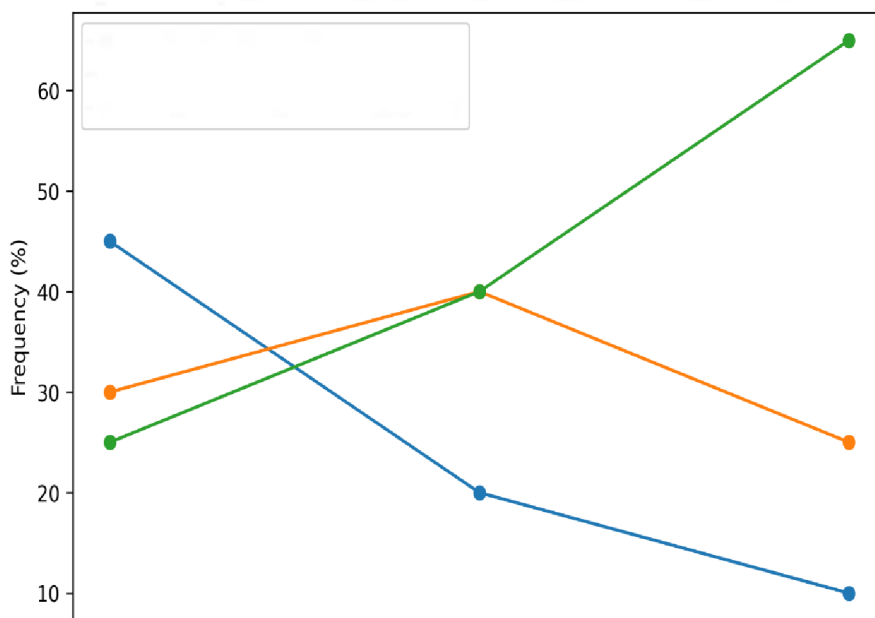


Рисунок 3.5. Динаміка трансформації наративів образу України в англomовному медіадискурсі (2022–2024)

Прагматичний вимір трансформації

Трансформація образу України зумовлена не лише розвитком подій, а й прагматичними цілями медіадискурсу:

- **2022:** мобілізація гуманітарної допомоги
- **2023:** легітимація військової підтримки
- **2024:** стратегічне обґрунтування інтеграції України у західні безпекові структури

У сучасному англомовному медіадискурсі засоби масової інформації виконують низку ключових соціально-прагматичних функцій, пов'язаних із конструюванням образу України та інтерпретацією подій війни.

По-перше, медіа беруть активну участь у формуванні міжнародної солідарності. Через систематичне висвітлення гуманітарних наслідків війни, історій цивільних жертв, біженців та волонтерських ініціатив створюється емпатійний простір, у межах якого міжнародна аудиторія залучається до співпереживання та моральної підтримки України. Такі наративи сприяють консолідації громадської думки навколо ідеї необхідності допомоги, що підкріплюється лексемами *solidarity, support, stand with Ukraine, humanitarian aid*.

По-друге, медіадискурс виконує функцію легітимації політичних рішень. Через експертні коментарі, цитування офіційних осіб та аналітичні матеріали медіа пояснюють необхідність військової, фінансової й дипломатичної підтримки України. У цьому контексті використовуються модальні конструкції та оціночна лексика (*must, necessary, inevitable*), що формують уявлення про політичні рішення як морально виправдані та стратегічно обґрунтовані.

По-третє, медіа сприяють підтримці санкційної політики щодо держави-агресора. У публікаціях регулярно акцентується ефективність санкцій, їхній вплив на економіку та військовий потенціал Росії, а також необхідність подальшого тиску. Через такі наративи санкції репрезентуються не лише як інструмент покарання, а як засіб захисту міжнародного права та демократичних цінностей.

Отже, англомовні медіа не обмежуються інформативною функцією, а виступають активним актором політичної комунікації, формуючи ідеологічні рамки сприйняття війни та ролі України у глобальному дискурсі.

Зафіксована еволюція наративів свідчить (див таблицю 3.3.) насамперед про поступове підвищення суб'єктності України в англомовному медіадискурсі. Якщо у 2022 році Україна переважно репрезентувалася як об'єкт агресії та гуманітарної допомоги, то впродовж 2023–2024 років вона дедалі частіше постає як активний учасник міжнародних процесів, здатний ухвалювати стратегічні

рішення та впливати на перебіг глобальних подій. Таким чином, відбувається трансформація образу України від пасивного реципієнта підтримки до повноцінного політичного актора.

Таблиця 3.3. Зміна наративних ролей України

Період	Наративна роль
2022	Жертва
2023	Захисник
2024	Партнер

Водночас спостерігається зміна когнітивної рамки сприйняття концепту УКРАЇНА. У медіатекстах зменшується частотність фреймів, пов'язаних виключно з жертвенністю та стражданням, натомість посилюються фрейми спротиву, відповідальності та стратегічної ролі держави. Це свідчить про переосмислення подій не лише як гуманітарної катастрофи, а як цивілізаційного протистояння та боротьби за демократичні цінності.

Крім того, зазначена динаміка відображає інтеграцію України у глобальний політичний дискурс. У сучасних медіа Україна дедалі частіше позиціонується як ключовий елемент системи європейської та світової безпеки, партнер міжнародних альянсів і важливий суб'єкт геополітичних процесів. Це підтверджує включення концепту УКРАЇНА до ширших дискурсивних рамок – безпеки, демократії, міжнародної солідарності та стратегічної стабільності.

Отже, трансформація наративів засвідчує не лише зміну способів мовної репрезентації України, а й глибші когнітивні та ідеологічні зрушення у глобальному інформаційному просторі, що сприяють формуванню нового міжнародного образу держави.

Таким чином, динаміка образу України в англomовному медіадискурсі 2022–2024 років демонструє поступову трансформацію від фрейму жертви до образу активного міжнародного актора. У 2022 році домінував гуманітарний наратив, який репрезентував Україну як країну, що зазнала масштабної агресії. У 2023 році акценти зміщуються у бік спротиву, героїзму та військової стійкості.

У 2024 році формується новий образ України як суб'єкта міжнародної політики та гаранта європейської безпеки.

Зміна наративів супроводжується трансформацією лексичних маркерів, фреймів та прагматичних стратегій. Англомовні медіа відіграють ключову роль у формуванні глобального образу України, виконуючи не лише інформативну, а й ідеологічну та мобілізаційну функцію.

Отримані результати підтверджують динамічний характер концепту УКРАЇНА та його залежність від соціально-політичного контексту, що узгоджується з положеннями когнітивної та дискурсивної лінгвістики.

Висновки до третього розділу

У третьому розділі встановлено, що концепт УКРАЇНА в англомовному медіадискурсі 2022–2024 рр. функціонує не як нейтральна номінація держави, а як дискурсивно сконструйований смисловий комплекс, у межах якого медіа формують інтерпретаційні рамки подій, позиціонують акторів і задають оцінні установки для глобальної аудиторії. Отримані результати підтверджують, що медіадискурс не лише відображає, а й конструює соціальну реальність, визначаючи “що є проблемою”, “хто винний”, “як це оцінювати” та “які дії є легітимними”.

Фреймова організація концепту показала, що образ України структурується через мережу доміантних фреймів, які в медіа працюють як інтерпретаційні схеми і водночас як механізми прагматичного впливу. Центральним смисловим вузлом мережі є WAR/DEFENCE, від якого системно активуються й посилюються HUMANITARIAN, INTERNATIONAL SUPPORT, VALUES/DEMOCRACY, ENERGY INFRASTRUCTURE та GLOBAL FOOD/ECONOMIC SECURITY. Така конфігурація демонструє, що локальні події війни дискурсивно розширюються до рівня глобальної безпеки та цінностей, а Україна позиціонується одночасно як об'єкт агресії і суб'єкт спротиву, що має моральну й політичну легітимацію.

Аналіз оцінних і маніпулятивних стратегій засвідчив, що репрезентація концепту УКРАЇНА в англomовних медіа значною мірою опирається на емоційно-оцінну лексику, модальність, ідеологічні маркери та метафоризацію, які спрямовують інтерпретацію подій і формують нормативну рамку “правильного” сприйняття. Домінування емоційної лексики та модальних конструкцій (must/should/could) означає, що тексти виконують не лише інформативну, а й переконувальну функцію, стимулюючи солідаризацію, підтримку та прийняття конкретних політичних рішень (допомога, санкції, військова підтримка).

Динаміка образу України підтвердила, що впродовж 2022–2024 рр. відбувається системна трансформація наративів: від домінування гуманітарно-жертвового профілю (2022) – через посилення фреймів спротиву й героїзації (2023) – до більшої присутності наративу України як міжнародного актора і компонента європейської/глобальної безпеки (2024). Таким чином, еволюція медійних наративів про Україну у 2022–2024 рр. засвідчує поступове підвищення суб’єктності України в англomовному дискурсі: від образу реципієнта гуманітарної допомоги до активного партнера та учасника міжнародного безпекового порядку. Паралельно відбувається зміна когнітивної рамки сприйняття – від трактування війни як суто гуманітарної катастрофи до її осмислення як ціннісно-безпекового протистояння. Водночас простежується інтеграція концепту УКРАЇНА у глобальний політичний дискурс, у межах якого підтримка держави аргументується не лише етично, а й стратегічно та безпеково, що формує її новий міжнародний образ як значущого геополітичного актора.

Загалом результати розділу дають підстави стверджувати, що англomовні медіа, зокрема Reuters, BBC, CNN та *The New York Times*, у репрезентації концепту УКРАЇНА виконують комплексні дискурсивно-прагматичні функції. Насамперед вони сприяють формуванню міжнародної солідарності, акцентуючи увагу на гуманітарних наслідках війни та використовуючи емпатійно забарвлену лексику, що викликає співчуття й моральну підтримку з боку глобальної аудиторії. Водночас медіадискурс слугує інструментом легітимації політичних

рішень, оскільки через модальні конструкції, фреймування подій і цитування офіційних та експертних джерел формуються уявлення про необхідність та виправданість міжнародної допомоги Україні. Крім того, засоби масової інформації активно підтримують санкційну політику та здійснюють делегітимацію агресора шляхом використання ідеологічно маркованої лексики, оцінних характеристик і чітких причинно-наслідкових схем, що закріплюють у свідомості реципієнтів відповідальність Росії за розв'язання війни та її наслідки.

Отже, дискурсивно-прагматичний аналіз підтверджує, що концепт **УКРАЇНА** є динамічним медійним конструктом, структура якого змінюється відповідно до соціально-політичного контексту та комунікативних завдань медіа, а фрейми й оціночні стратегії виступають ключовими механізмами його актуалізації у глобальному інформаційному просторі.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У магістерській кваліфікаційній роботі здійснено комплексний лінгвокультурологічний та дискурсивно-когнітивний аналіз вербалізації концепту УКРАЇНА в англomовному медіапросторі упродовж 2022–2024 років. Обраний період дослідження є надзвичайно репрезентативним, оскільки саме після повномасштабного вторгнення Росії концепт УКРАЇНА зазнав глибинної семантичної трансформації та набув нових ціннісних, ідеологічних і прагматичних смислів у глобальному інформаційному просторі.

Методологічною основою дослідження стали положення когнітивної лінгвістики, лінгвокультурології та дискурс-аналізу, зокрема фреймовий підхід (Е. Гофман, Р. Ентман), критичний дискурс-аналіз (Т. ван Дейк, Н. Ферклаф), концепції багаторівневої структури концепту (А. Вежбицька, С. Жаботинська). Поєднання якісних та кількісних методів (семантичний, синтактико-стилістичний аналіз, аналіз метафоричної сполучуваності, корпусний підхід, фреймове кодування) дозволило розкрити як мовні, так і прагматичні механізми формування образу України в медіадискурсі.

У першому розділі роботи окреслено теоретичні засади вивчення концептів як ментально-культурних утворень. Узагальнення наукових підходів засвідчило, що концепт розглядається як багатовимірна структура, яка поєднує поняттєвий, образний та ціннісний рівні. Аналіз лінгвокультурологічного підходу в сучасних лінгвістичних дослідженнях дозволив визначити роль концепту як ключового елемента мовної свідомості.

Встановлено, що концепт не є статичною одиницею, а функціонує як динамічний когнітивний конструкт, який змінюється під впливом соціально-політичного контексту та дискурсивних практик.

Обґрунтовано доцільність фреймового підходу для аналізу концепту УКРАЇНА, оскільки фрейми дозволяють простежити, як медіа структурують інформацію, акцентують певні аспекти подій і формують інтерпретаційні моделі для аудиторії.

Дослідження сутності, типології та структури концепту підтвердило, що він має багаторівневу, шарувату організацію. Концепт складається із ядра, ближньої та дальньої периферії, де ядро включає стабільні та основоположні ознаки, такі як територія, держава, національна ідентичність, а периферійні елементи формують додаткові асоціації, метафоричні, оцінні та емоційні характеристики, які залежать від контексту та комунікативних цілей. Така структура дозволяє концепту УКРАЇНА динамічно реагувати на соціально-політичні зміни, інтегрувати нові смисли та адаптуватися до різних мовних і культурних аудиторій.

Визначення методів та інструментів аналізу концептів у медіа просторі продемонструвало необхідність комплексного підходу, що поєднує традиційні та сучасні лінгвістичні методи. Серед них: лексичний та контекстуальний аналіз, когнітивно-семантичний аналіз, аналіз метафор, дискурсивний підхід, корпусні дослідження, а також цифрові методи обробки тексту (NLP, частотний та колокаційний аналіз). Використання цих інструментів дає змогу не лише виявляти структуру та зміст концепту, а й відстежувати його еволюцію, динаміку сприйняття та трансляцію значень у глобальному медіапросторі.

Другий розділ присвячено аналізу вербалізації концепту УКРАЇНА в англomовному медіапросторі. Семантичний та синтактико-стилістичний аналіз концепту УКРАЇНА в англomовному медіапросторі за період 2022–2024 рр. показав його багатогранність та комплексність.

Було виділено основні семантичні групи:

- географічна група, що включає такі лексичні одиниці, як «Europe's second largest country», «Kyiv», «Crimea», «Kharkiv»;
- історична група, яка репрезентує культурну спадщину та історичні події, наприклад «Kyivan Rus», «Cossacks», «Revolution of Dignity»;
- соціальна група, що описує народ, соціальні процеси та характеристики населення, наприклад «Ukrainians can never give up territory»;

- група сучасних проблем та подій, що висвітлює актуальні соціальні, політичні та військові ситуації, наприклад «separatists in Eastern Ukraine», «hybrid war»;
- культурно-символічна група, що охоплює мистецтво, традиції та символіку, наприклад «kobza», «pysanka», «Vyshyvanka»;
- політична група, яка включає терміни, що описують політичні процеси, партії, договори, наприклад «Batkivshchyna», «Minsk agreements», «Verkhovna Rada»;
- емоційна група, що передає почуття, оцінки та ставлення, наприклад «*Bravery is the Ukrainian culture code*», «*Misery in Ukraine*».

Семантичний аналіз показав, що концепт УКРАЇНА поєднує стабільні ядрові ознаки та варіативні периферійні елементи, що дозволяє відображати зміни у суспільній свідомості та глобальному сприйнятті подій. Синтактико-стилістичний аналіз засвідчив, що вербальна репрезентація концепту УКРАЇНА у медіа використовує широкий спектр мовних засобів. Іменники, дієслова, номінативні та складні речення забезпечують чітку передачу інформації та підкреслюють роль України у подіях.

Стилістичні фігури, такі як метафори («*The war in Ukraine is a war against civilization*»), порівняння («*Ukraine: A David and Goliath Story*»), гіперболи («*Ukrainians fighting for entire world*»), евфемізми («*Russia has launched military operations in Ukraine*») та анафора («*Ukraine is more than just a country...*») формують емоційне, когнітивне та символічне сприйняття країни у свідомості аудиторії.

Проведений лексикографічний аналіз словникових дефініцій показав чітку еволюцію семантики: від репрезентації України як регіону у складі СРСР у словниках середини ХХ століття до її сучасного визначення як суверенної європейської держави. Сучасні онлайн-словники (Cambridge Dictionary, Dictionary.com) закріплюють за назвою Ukraine статус повноцінного геополітичного суб'єкта, що відображає зміни у глобальній мовній свідомості та міжнародному політичному дискурсі.

Семантичний аналіз медіатекстів засвідчив домінування позитивно оцінних лексем (brave, resilient, heroic), які формують образ України як держави-героя та суб'єкта спротиву. Водночас активно функціонують лексеми із негативною конотацією (brutal, illegal, devastating), спрямовані на делегітимацію агресора.

Синтактико-стилістичний аналіз виявив продуктивне використання модальних дієслів (must, should, could), які формують нормативну рамку сприйняття подій і задають імператив допомоги Україні. Риторичні запитання, пасивні конструкції, метафори та гіперболи підсилюють емоційний вплив і прагматичну спрямованість медіаповідомлень.

У третьому розділі розкрито дискурсивно-прагматичний вимір концепту УКРАЇНА. Проведений фреймовий аналіз дозволив виокремити домінантні інтерпретаційні рамки: WAR/DEFENCE, INTERNATIONAL SUPPORT, VALUES/DEMOCRACY, HUMANITARIAN, SECURITY, GLOBAL FOOD SECURITY, ENERGY INFRASTRUCTURE. Установлено, що концепт УКРАЇНА функціонує як когнітивний вузол, у якому перетинаються воєнні, гуманітарні, політичні та ціннісні смисли. Фрейм WAR/DEFENCE формує базову наративну основу, у межах якої Україна репрезентується як об'єкт агресії та водночас суб'єкт спротиву. Фрейм HUMANITARIAN актуалізує образ України як простору гуманітарної кризи, де ключовими стають лексеми refugees, civilians, winter, shelter, humanitarian aid. Фрейм INTERNATIONAL SUPPORT підкреслює роль союзників (NATO, EU, US) та формує коаліційний наратив солідарності. Фрейм VALUES/DEMOCRACY інтегрує концепт УКРАЇНА у ширший ідеологічний дискурс боротьби за демократичні цінності та свободу.

Аналіз оціночних і маніпулятивних стратегій показав, що англomовні медіа активно використовують: – емоційно забарвлену лексику для формування емпатії; – модальність для нормативного впливу; – ідеологічні маркери для конструювання опозицій «демократія – агресія», «жертва – агресор». Кількісний аналіз засвідчив домінування емоційної лексики (35%), модальності (25%) та

ідеологічних маркерів (22%), що підтверджує високий афективний та ціннісний компонент медіадискурсу.

Особливу увагу приділено динаміці трансформації наративів у 2022–2024 роках. Встановлено три основні етапи:

- 2022 рік – домінування гуманітарного наративу та образу жертви;
- 2023 рік – посилення фреймів спротиву й героїзму;
- 2024 рік – формування образу України як міжнародного актора та партнера у сфері безпеки.

Ця еволюція свідчить про суттєве підвищення суб'єктності України в медійному конструюванні: від пасивного реципієнта допомоги до активного учасника глобального безпекового порядку денного. Водночас відбувається зміна когнітивної рамки сприйняття – від гуманітарної катастрофи до ціннісно-безпекового протистояння. Концепт УКРАЇНА інтегрується у глобальний політичний дискурс, де підтримка держави аргументується як моральна, стратегічна й безпекова необхідність.

Узагальнюючи результати дослідження, можна стверджувати, що англomовні медіа (Reuters, BBC, CNN, The New York Times) виконують три ключові дискурсивно-прагматичні функції: формування міжнародної солідарності через гуманітарні наративи та емпатійну лексику; легітимацію політичних рішень за допомогою модальності, фреймування та експертних голосів; підтримку санкційної політики та делегітимацію агресора через ідеологічні маркери й оцінні стратегії.

Таким чином, концепт УКРАЇНА в сучасному англomовному медіадискурсі постає як динамічне лінгвокультурне утворення, що відображає глибинні когнітивні та ідеологічні процеси глобального суспільства. Медіа не лише інформують про події, а активно конструюють соціальну реальність, формуючи міжнародний образ України як символу спротиву, демократії та безпеки Європи.

Загалом дослідження підтвердило, що концепт УКРАЇНА у англomовному медіапросторі є динамічним лінгвокультурним утворенням, яке відображає

політичні, соціальні, історичні, культурні та емоційні аспекти країни. Через семантичні, синтаксичні та стилістичні засоби медіа створюють цілісний образ України, що впливає на колективну свідомість, формує уявлення про національні цінності, стійкість та роль країни у глобальному контексті. Дослідження також показало, що медіапростір є не просто джерелом інформації, а активним середовищем концептуалізації та трансляції значень, де формуються нові когнітивні та емоційні моделі сприйняття.

Перспективи подальших досліджень убачаємо у порівняльному аналізі репрезентації концепту УКРАЇНА в різних мовних медіапросторах, а також у залученні мультимодального аналізу (візуальних і аудіальних засобів) для глибшого вивчення сучасних комунікативних практик.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бацевич Ф. С. *Основи комунікативної лінгвістики*. Київ : Академія, 2004. 344 с.
2. Голобородько К.Ю. Когнітивна лінгвістика: дослідницький інструментарій та моделювання концептосфери митця. *Наук. вісник Херсонського держ. Ун-ту*. Сер.: „Лінгвістика”: Зб. наук. пр. Херсон: Вид-во ХДУ, 2006. Вип.ІV. С. 295-300.]
3. Дорда С.В. Лінгвокультурологія як самостійний напрям лінгвістичних досліджень. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Л. Українки*. Серія «Філологічні науки». Мовознавство. №3 (352). Луцьк, 2017. С. 411 – 417.
4. Єгорова О.І., Заїка В.С. Особливості актуалізації концепту УКРАЇНА в англomовному офіційному дискурсі ЄС *ВІСНИК УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ*. Серія «ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ». 2019. № 1 (17) С. 251-256.
5. Жаботинська С.А. Концептуальний аналіз: типи фреймів. *Вісник Черкаського університету*. Серія: Філологічні науки. 1999. Вип. 11. С. 3–17
6. Жайворонок В. В. Етнолінгвістика в колі суміжних наук. *Мовознавство*.2004. № 5–6. С. 23–36.
7. Загнітко А.П., Богданова І.В. *Лінгвокультурологія: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / за ред. А. П. Загнітка*. 3-є вид., перероб. і доп. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2017. 287 с.
8. Козловський В. До питання дослідження лінгвокультурного концепту. *Іноземна філологія*. 2008. Вип. 120. С. 3–8.
9. Кононенко В. *Мова у контексті культури: монографія*. Київ, Івано-Франківськ, 2008. 390 с.
10. Ладоня К. Ю. *Неологізми в українськомовному сегменті соціальної мережі Facebook* : дис. канд. філол. наук : спец. 035 «Філологія» / Київський ун-т імені Бориса Грінченка. Київ, 2021. 234 с.

11. Левченко О.. Корпуснобазований підхід до моделювання концептів (на прикладі концепту Тіло). *Studia slawistyczne: Etnolingwistyka i komunikacja meidzykulturowa*, 237–262. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.31278.54088> (2017)
12. Лисиченко Л. А. *Лексико-семантичний вимір мовної картини світу*. Х.: Вид. група «Основа», 2009. 191 с.
13. Мартинюк А. П. *Основні принципи когнітивно-дискурсивного дослідження концептів* : thesis. 2009.
14. Мартинюк А. П. Перспективи дискурсивного напрямку дослідження концептів. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна*. 2009 (6). № 837. С. 14-18.
15. Полюжин М. М. Типологія й аналіз концептів. *Іноземна філологія*. 2009. Вип. 121. С. 80-89.
16. Приходько А. М. *Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики*. Запоріжжя : Прем'єр, 2008. 332 с.
17. Пянковська І.В.. Концепція та методологія медіадискурсу = Concept and methodology of media discourse. *Закарпатські філологічні студії*, 26(1), 2022. С.182–187. <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.26.1.35>
18. Раделицька Л. Корпусний підхід до аналізу вербалізації концепту ГІДНІСТЬ в українському та англomовному медіадискурсі. *Фоліум*. 2025. № 1. С. 45–56.
19. Селіванова О.О. *Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми*. Полтава Довкілля-К, 2008. 711 с.
20. Смушак Т., Фенюк Л., Крук З. Метафорична репрезентація концепту ВІЙНА у сучасному французькому медіадискурсі (на матеріалі видання *Le Monde*). *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2024. № 76(2). С. 168–179.
21. Солдатова Л.П. Сутність поняття “мова” у дослідженнях Луї Тролле Єльмслева. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Філологія. 2022 № 53 том 2. С. 4-7.

- 22.Тупиця О., Зімакова Л. Безеквівалентна лексика: проблеми вивчення. *Рідне слово в етнокультурному вимірі*. Дрогобицький державний педагогічний інститут імені Івана Франка. 2012. С. 251-258.
- 23.Українська лінгвокультурологія : підруч. для студентів зі спец. «Українська мова і література» / кол. авт. : О. І. Потапенко, Я. О. Потапенко, Л. П. Кожуховська, Т. В. Чубань, Т. М. Левченко, Г.І.Потапенко; за заг. ред. проф. О. І. Потапенка. К.: Міленіум, 2016. 367 с.
- 24.Цьмух О. Поняття “Концепт” у сучасному лінгвістичному дискурсі. *Лінгвістичні студії* : зб. наук. праць / Донецький нац. ун-т; наук. ред. А. П. Загнітко. Донецьк : ДонНУ, 2011. Вип. 22. С. 326-330.
- 25.*Antropocentrism. Humans, Animals, Environments* / Ed. by R. Boddice. Boston: Brill, 2011. 350 p.
- 26.Balahur A. Sentiment analysis in social media texts. *Proceedings of the ACL*. 2013. P. 120–128.
- 27.Davies M. News on the Web Corpus (NOW). 2013. Retrieved from <https://www.english-corpora.org/now/>
- 28.Entman R. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*. 1993. Vol. 43(4). P. 51–58.
- 29.Fairclough N. *Critical discourse analysis: The critical study of language*. London : Routledge, 2013. 608 p.
- 30.Fairclough N. *Media discourse*. London: Arnold. 1995.
- 31.Goffman E. *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. New York : Harper & Row, 1974. 586 p.
- 32.Grimmer J., Stewart B. Text as data: The promise and pitfalls of automatic content analysis methods for political texts. *Political Analysis*. 2013. Vol. 21, № 3. P. 267–297.
- 33.Koller V., Rayson P., Hardie A. *Corpus-assisted discourse studies: A practical guide*. London: Routledge, 2020

34. Kopytowska M., Oledzka D. Multimodal framing of the Russia–Ukraine war in social media discourse. *Journal of Language and Politics*. 2023. Vol. 22, № 4. P. 521–545.
35. Kreiss D., McGregor S. C., Nielsen R. K. Computational analysis of media discourse: opportunities and challenges. *Journal of Communication*. 2020. Vol. 70, № 3. P. 381–404.
36. Lakoff G. *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind*. Chicago : University of Chicago Press, 1987. 614 p.
37. Lakoff G., Johnson M. *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*. New York : Basic Books, 1999. 640 p.
38. Mejova Y., Capozzi A., Monti C., De Francisci Morales G. *Narratives of War: Ukrainian Memetic Warfare on Twitter*. *arXiv*. 2023. Paper No. 2309.08363. URL: <https://arxiv.org/abs/2309.08363>
39. Schiffrin D. *Approach to Discourse*. Oxford: Blackwell, 1994. 470 p.
40. Talbot M. *Media discourse: Representation and interaction*. Edinburgh University Press, 2007.
41. van Dijk T. A. *Discourse and power*. New York : Palgrave Macmillan, 2008. 308 p.
42. van Dijk T. A. *News as discourse*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1988. 176 p.
43. Wierzbicka A. *Semantics, culture and cognition: Universal human concepts in culture-specific configurations*. Oxford : Oxford University Press, 1992. 487 p.
44. Wierzbicka A. *Understanding cultures through their key words: English, Russian, Polish, German, and Japanese*. New York : Oxford University Press, 1997. 328 p.
45. Wodak R. *Disorders of Discourse*. L. and N. Y.: Longman, 1996. 200 p.

СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

46. Cambridge Dictionary. Cambridge University Press, 2023. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>
47. CCELD 1991: Collins COBUILD English Language Dictionary. London : Harper Collins Publishers, 1991. 1704 p.

- 48.Dictionary.com. Ukraine. 2023. URL: <https://www.dictionary.com/>
- 49.EB 2001: Encyclopaedia Britannica, Inc. © 2001 Microsoft Corporation.
- 50.FWNSDEL 1949: Funk and Wagnalls New Standard Dictionary of the English Language. Toronto : Funk & Wagnalls, 1949. 2814 p.
- 51.LDCE 2000: Longman Dictionary of Contemporary English. Barcelona : Longman, 2000. 1668 p.
- 52.OALDCE 1994: Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English /
- 53.Ed. by A. S. Hornby. Oxford : Oxford University Press, 1994. 1576 p.
- 54.OALED 1995: Oxford Advanced Learner's Encyclopedic Dictionary / Ed. by A. S. Hornby. – Oxford : Oxford University Press, 1995. 1580 p.
- 55.OCDQ 1997: Oxford Concise Dictionary of Quotations. Oxford : Oxford University Press, 1997. 595 p.
- 56.Oxford Advanced Learner's Dictionary. Oxford : Oxford University Press, 1995.
- 57.VDLI 1999: Zingarelli N. Vocabolario della Lingua Italiana. Bologna : Zanichelli, Dodicesima edizione, 1999. 2176 p.
- 58.WNWD 1969: Webster's New World Dictionary. The 100,000 Entry Edition. New York : Fawcett Popular Library, 1969. 882 p.
- 59.WNWT 1975: Webster's New World Thesaurus / Ed. by G. Laird. New York : American Book, New American Library Times Mirror, 1975. 678 p.
- 60.WSNCD 2001: Webster's Second New College Dictionary. Boston, New York : Houghton Mifflin Company, 2001. 1500 p.
- 61.Webster's New World Dictionary. New York : Webster's, 1969.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

- 62.A thousand Kyiv apartment blocks still without heating after Russian strike. – Reuters, 23 Dec 2024. URL: <https://www.reuters.com/world/europe/thousand-kyiv-apartment-blocks-still-without-heating-after-russian-strike-2026-01-11/> (дата звернення: 12.01.2025).
- 63.BBC News. (2022–2024). Ukraine coverage.

64. BBC News (дата публікації невідома). Families displaced by the war in Ukraine [відео], BBC News. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zSnrcrVND0> (дата звернення: 14.09.2025).
65. BBC News / BBC World Service Russia is “weaponising winter” in Ukraine and it’s the elderly and disabled who are most at risk as temperatures turn freezing.
66. BBC World Service (Facebook). URL: <https://www.facebook.com/bbcworldservice/posts/russia-is-weaponising-winter-in-ukraine-and-its-the-elderly-and-disabled-who-are/6115115395174202> (дата звернення: 14.09.2025).
67. Black Sea grain deal expires after Russia quits. *Reuters*, 17.07.2023. (дата звернення: 8.09.2025).
68. CNN. (2023). Ukraine war updates.
69. East Europeans prepare for possible new Ukrainian refugee wave as winter nears. – *Reuters*, 09.11.2022. (дата звернення: 14.11.2025).
70. European Union splits Ukraine financial support with €30 bln for budget, €60 bln military. – *Reuters*, 14 January 2026. URL: <https://www.reuters.com/business/eu-split-ukraine-financial-support-with-30-bln-euros-budget-60-bln-military-2026-01-14/> (дата звернення: 10.01.2025).
71. NATO allies have pledged over €21 bln in aid for Ukraine in 2025, Rutte says. – *Reuters*, 2 April 2025. URL: <https://www.reuters.com/world/europe/nato-allies-have-pledged-over-21-bln-aid-ukraine-2025-rutte-says-2025-04-02/> (дата звернення: 22.04.2025).
72. Norway gives 400 million euros to Ukraine’s energy sector and administration. – *Reuters*, 12 January 2026. URL: <https://www.reuters.com/world/norway-gives-400-million-ukraine-energy-sector-administration-2026-01-12/> (дата звернення: 11.07.2025).
73. *Reuters*. (2022–2024). Russia-Ukraine conflict reports. Russia fires hypersonic missile at target in Ukraine near NATO border. *Reuters*, 9 Feb 2023.

- 74.URL: <https://www.reuters.com/business/aerospace-defense/russia-fires-hypersonic-missile-near-ukraines-eu-border-2026-01-09/> (дата звернення: 12.01.2025).
- 75.Russia hits Ukrainian energy facilities, Kyiv sees ‘despicable escalation’. – Reuters, 28.11.2024. (дата звернення: 04.03.2025).
- 76.Stoltenberg urges NATO allies to stay the course on Ukraine. – Reuters, 28 November 2023. URL: <https://www.reuters.com/world/europe/stoltenberg-urges-nato-allies-stay-course-ukraine-2023-11-28/> (дата звернення: 18.05.2025).
- 77.The New York Times. (2022–2024). Ukraine war reporting.
- 78.World reacts to Zelenskiy-Trump Oval Office clash. – Reuters, 28 February 2025. URL: <https://www.reuters.com/world/world-reacts-zelenskiy-trump-oval-office-clash-2025-02-28/> (дата звернення: 05.09.2025).