

**Міністерство освіти і науки України
Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського
Навчально-науковий інститут філології та журналістики
кафедра слов'янської та романо-германської філології**

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти

«Магістр»

**ЛІНГВОКОГНІТИВНІ СТРАТЕГІЇ ВИСВІТЛЕННЯ ВІЙНИ В УКРАЇНІ У
ЗАХІДНИХ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА**

Здобувач вищої освіти:

Бриксін Антон Олегович

ОПП «Англійська мова і література та
переклад, німецька мова»

035 Філологія

035.041 Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – англійська

Науковий керівник:

Хома Катерина Миколаївна, кандидат
філологічних наук, доцент кафедри
слов'янської та романо-германської
філології

Національна шкала: _відмінно_

Кількість балів: _92_ Оцінка: ECTS _A_

Київ – 2025

АНОТАЦІЯ

Бриксін А. О. Лінгвокогнітивні стратегії висвітлення війни в Україні у західних інтернет-медіа

У кваліфікаційній роботі здійснено комплексний аналіз лінгвокогнітивних стратегій висвітлення війни у західних інтернет-медіа. Розглянуто фреймову організацію концепту “війна”, метафоричні моделі та емоційно-оцінні домінанти. Особливу увагу приділено маніпулятивним і легітимувальним прийомам у новинному та аналітичному жанрах. Порівняно особливості британських, американських і європейських джерел. Доведено, що лінгвокогнітивні засоби суттєво впливають на формування суспільної думки щодо воєнного конфлікту й мобілізацію підтримки певної сторони.

Ключові слова: медіадискурс, когнітивна стратегія, фрейм, легітимація, емоційна оцінка, маніпуляція, війна, інтернет-медіа.

SUMMARY

Bryksin A. O. Linguo-cognitive strategies used by Western Internet media in covering the Russia-Ukraine.

This thesis investigates linguo-cognitive strategies used by Western internet media in covering the Russia–Ukraine war. The study defines the theoretical foundations of the linguo-cognitive approach and explains how frames, scenarios and mental models structure the interpretation of conflict-related information. Special attention is given to metaphorical and emotional-evaluative patterns that activate shared cultural knowledge and shape readers’ moral perception of events.

A comparative analysis of British, American and European media demonstrates differences in stylistic and discursive practices, yet reveals a unified pro-Ukrainian vector. News texts rely on implicit manipulative techniques such as selective quotation, framing and emotional accentuation, whereas analytical genres apply explicit legitimizing strategies, referencing international law, expert assessments and geopolitical reasoning. The findings confirm that linguistic and cognitive tools

significantly influence public understanding and contribute to forming a coherent Western narrative of the war.

Key words: media discourse, linguo-cognitive approach, framing, metaphor, legitimization, manipulation, war coverage, Western media.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело _____ А. О.Бриксі́н

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІНГВОКОГНІТИВНИХ СТРАТЕГІЙ У МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ	8
1.1. Поняття лінгвокогнітивного підходу в сучасній лінгвістиці	8
1.2. Медіадискурс як об’єкт когнітивно-лінгвістичного аналізу	18
1.3. Методологічні засади та корпус дослідження	29
Висновок до Розділу 1	41
РОЗДІЛ 2. КОГНІТИВНО-ДИСКУРСИВНИЙ АНАЛІЗ ВИСВІТЛЕННЯ ВІЙНИ У ПРОВІДНИХ ЗАХІДНИХ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА	42
2.1. Фреймова організація концепту “WAR” у західному медіадискурсі	42
2.2. Метафоричні та емоційно-оцінні моделі у висвітленні війни	50
Висновок до Розділу 2	59
РОЗДІЛ 3. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЛІНГВОКОГНІТИВНИХ СТРАТЕГІЙ У ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ТИПУ МЕДІА ТА ГЕОПОЛІТИЧНОГО КОНТЕКСТУ	60
3.1. Стратегії фреймінгу та смислової побудови у британських, американських та європейських ЗМІ	60
3.2. Маніпулятивні та легітимувальні стратегії у новинному та аналітичному жанрі	68
3.2. Стратегії маніпуляції та легітимації в аналітичних і публіцистичних жанрах	77
Висновок до Розділу 3	88
ВИСНОВКИ	89
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	91
ДОДАТКИ	100

ВСТУП

У сучасному глобалізованому світі інформаційна війна є невід’ємною складовою будь-якого збройного конфлікту. Особливо виразно ця тенденція проявляється у висвітленні повномасштабної війни Росії проти України, яка триває з 2022 року. Медіа не просто передають факти, а активно формують громадську думку, впливають на політичні рішення, задають домінантні смисли, отже, виступають як учасники комунікативного та ідеологічного протистояння. В цьому контексті особливого значення набуває дослідження лінгвокогнітивних стратегій, які використовують західні інтернет-ЗМІ для висвітлення війни. Саме мова як інструмент пізнання та інтерпретації дійсності стає засобом не лише інформування, а й моделювання уявлень про війну в масовій свідомості.

Наукова проблема, що розглядається в цій роботі, полягає у вивченні лінгвокогнітивних стратегій, які визначають специфіку подачі військової тематики в західному медіапросторі. Питання висвітлення війни засобами масової інформації було предметом численних досліджень в межах журналістики, політології, соціології та лінгвістики. Водночас в межах когнітивної лінгвістики потребують систематизації та розширеного аналізу стратегії концептуалізації воєнних подій, зокрема на рівні фреймів, метафор, емоційно-оцінних конструкцій, легітимувальних та маніпулятивних прийомів.

Актуальність теми полягає в тому, що інформаційна складова війни є визначальною для успішності не лише на фронті, а й у дипломатії, економіці та глобальній політичній взаємодії. В умовах постправди та цифрової гібридної війни медіа відіграють роль поля бою, де мова стає зброєю. Саме тому вивчення лінгвокогнітивних стратегій у західному інтернет-дискурсі дозволяє розкрити приховані механізми формування політичної легітимності, мобілізації підтримки, делегітимації супротивника. Наукове осмислення цих процесів сприяє розвитку когнітивної лінгвістики, медіалінгвістики та соціокомунікативних досліджень.

Метою роботи є виявлення та систематизація лінгвокогнітивних стратегій, які використовують провідні західні інтернет-медіа у висвітленні війни Росії проти України.

Досягнення зазначеної мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- розкрити сутність лінгвокогнітивного підходу та його релевантність для аналізу медіадискурсу;
- схарактеризувати типові стратегії фреймінгу, метафоризації, емоційної оцінки у подачі воєнної тематики;
- проаналізувати зміст і функції маніпулятивних та легітимувальних прийомів у новинному та аналітичному жанрах;
- визначити подібності та відмінності в лінгвостратегічних підходах британських, американських і європейських інтернет-ЗМІ;
- провести зіставний аналіз семантико-прагматичних особливостей висвітлення війни у різних типах медіа.

Об'єктом дослідження є медіадискурс західних інтернет-ЗМІ, присвячений висвітленню війни Росії проти України.

Предметом дослідження виступають лінгвокогнітивні стратегії (фреймінг, метафоризація, емоційно-оцінні структури, легітимувальні й маніпулятивні механізми), які реалізуються в публікаціях західних онлайн-медіа.

Методи дослідження включають описовий метод для аналізу мовних одиниць, компонентний аналіз для виявлення семантичних моделей, контекстуальний аналіз для з'ясування прагматичних функцій мовних засобів, метод фреймового аналізу, елементи лінгвостатистики та критичної дискурс-аналізу для інтерпретації комунікативної спрямованості текстів.

Теоретичною та методологічною основою дослідження стали праці українських і зарубіжних вчених у сфері когнітивної лінгвістики (А. Вежбицька, В. Захарченко, Ж. Лакофф, Н. Артюхова, Т. ван Дейк), медіалінгвістики (Г. Почепцов, О. Бараннік), критичного дискурс-аналізу (Р.

Водак, Т. ван Дейк), а також дослідження, присвячені політичній комунікації та воєнному дискурсу.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що вперше здійснено комплексний аналіз лінгвокогнітивних стратегій західного онлайн-дискурсу про війну в Україні на основі багатожанрового корпусу текстів, виявлено типові фрейми, метафоричні моделі, семантичні сценарії та схеми когнітивної легітимації. Удосконалено підходи до аналізу інтерпретативної функції мови в умовах інформаційної війни.

Практичне значення отриманих результатів полягає в можливості використання висновків дослідження у викладанні курсів з когнітивної лінгвістики, медіамовознавства, аналізу дискурсу, а також у підготовці журналістів, редакторів та аналітиків. Матеріали роботи можуть бути також корисними для фахівців, що займаються інформаційною безпекою та стратегічними комунікаціями.

Апробація результатів дослідження здійснювалася в межах студентських наукових семінарів кафедри, а також представлена у вигляді тез на I Міжнародній науково-практичній конференції «EUROPEAN SCIENCE AND INNOVATION CONGRESS», 8-10.12.2025, Барселона, Іспанія.

Публікації за результатами дослідження представлені у формі тез доповіді, опублікованих у збірнику матеріалів конференції.

Структура дослідження зумовлена метою та завданнями. Робота складається з анотації, вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел (позицій). Загальний обсяг – 103 сторінки, з яких 90 сторінок основного тексту.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІНГВОКОГНІТИВНИХ СТРАТЕГІЙ У МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

1.1. Поняття лінгвокогнітивного підходу в сучасній лінгвістиці

Лінгвокогнітивний підхід є однією з провідних парадигм сучасної лінгвістики, що виникла на перетині мовознавства, психології, філософії та когнітивних наук. Його поява пов'язана з переорієнтацією мовознавчої думки від формального аналізу мовних структур до осмислення мови як інструмента пізнання світу людиною [46, с. 45; 50, с. 2]. Сутність цього підходу полягає у визнанні того, що мова є невід'ємним компонентом когнітивної системи людини, а отже, процеси мовлення та розуміння тісно пов'язані з мисленням і пам'яттю [55, с. 3].

Виникнення когнітивної лінгвістики у 1970–1980-х роках було зумовлене кризою структуралізму та генеративізму, які розглядали мову як замкнену формальну систему. Представники когнітивного напрямку – Дж. Лакофф, Р. Ленекер, Ч. Філмор, Л. Талмі – висунули ідею, що мовні структури безпосередньо відображають процеси мислення, категоризації та концептуалізації світу [61, с. 135–138]. Таким чином, мова трактується не лише як засіб комунікації, а як форма збереження, структурування й передачі знань [35, с. 3168; 89, с. 721].

Як підкреслює М. Москальчук, когнітивна лінгвістика є “напрямом, що інтегрує психолінгвістичні та філософські підходи до мови як до інструмента осмислення реальності” [15, с. 160]. Згідно з цим підходом, значення не є абстрактним символом, а результатом когнітивної діяльності – відображенням того, як людина сприймає, інтерпретує і структурує навколишній світ [46, с. 50; 80, с. 1643].

Основоположна ідея лінгвокогнітивного підходу полягає в тому, що значення мовних одиниць є концептуальними структурами у свідомості, які

відображають досвід суб'єкта. Іншими словами, семантика тісно пов'язана з когніцією. На думку Т. Володіної, “мовне значення є когнітивним феноменом, що репрезентує у свідомості результати пізнавальної діяльності людини” [5, с. 44]. Такий підхід дозволяє розглядати мову як відображення процесів сприйняття, пам'яті, мислення, категоризації та оцінювання.

Концепція “мовної картини світу” посідає центральне місце в когнітивній лінгвістиці. Як зазначає О. Саламатіна, кожна мова формує власну когнітивну модель світу, в межах якої відображено досвід, цінності та світогляд спільноти [18, с. 17]. Таким чином, мова є не лише інструментом передачі інформації, а й способом концептуалізації реальності. Кожен мовний знак стає носієм не лише лексичного значення, а й культурно-ментального змісту [6, с. 215].

На думку Д. Гееретса, когнітивна лінгвістика ґрунтується на кількох базових принципах:

- мова є частиною загальної когнітивної системи людини;
- значення формується на основі досвіду;
- граматичні структури мають семантичну мотивацію;
- метафора і метонімія є універсальними механізмами мислення [50, с. 5–7].

Ці положення визначають когнітивну лінгвістику як антропоцентричну дисципліну, зорієнтовану на вивчення взаємозв'язку мови, свідомості та культури.

В українській лінгвістиці когнітивний напрям активно розвивається з початку 2000-х років. Його становлення пов'язане з працями таких учених, як М. Полюжин, Т. Врублевська, С. Абдулаєва, Л. Молгамова, О. Шевченко, Ю. Шарапановська, Н. Кудрявцева. Вони аналізують як загальні принципи когнітивної семантики, так і конкретні концепти, відображені у мові. Так, С. Абдулаєва дослідила лінгвокогнітивну структуру концепту РОДИНА в сучасній українській мові, показавши, що цей концепт об'єднує емоційно-оцінні, етичні та соціальні компоненти, вербалізовані через низку лексико-семантичних полів [1, с. 18–21].

І. Ситник зазначає, що когнітивний підхід дав змогу “осмислити мову як інструмент творення, збереження і трансляції знань” [19, с. 125]. У цьому сенсі лінгвокогнітивна парадигма є не лише теорією про зв’язок мови та мислення, а й методом аналізу того, як мовні структури формують і передають соціокультурні смисли.

Дослідниця Ю. Єріс підкреслює, що когнітивний підхід тісно переплітається з лінгвокультурологічним, але не зводиться до нього. Якщо лінгвокультурологія фокусується на культурній обумовленості значення, то когнітивна лінгвістика – на універсальних когнітивних механізмах концептуалізації [8, с. 533–534]. Обидва підходи сходяться у визнанні центральної ролі концептів у побудові мовної картини світу.

Поняття концепту в когнітивній лінгвістиці охоплює як індивідуальний, так і колективний вимір. У цьому сенсі концепт виступає своєрідним “містком” між мовою, культурою та свідомістю. М. Полюжин наголошує, що “концепт – це одиниця колективного знання, яка містить результати індивідуального і соціального досвіду, об’єктивовані у мовних формах” [17, с. 215]. Отже, дослідження концептів дозволяє реконструювати як універсальні закономірності людського мислення, так і національну специфіку пізнавальних моделей.

Водночас когнітивна лінгвістика відзначається методологічним плюралізмом. Серед її напрямів – концептуальний аналіз, фреймова семантика, теорія прототипів, когнітивна граматика, теорія концептуальної метафори. Усі вони об’єднані спільною метою – описати, як мовні структури відображають ментальні процеси [61, с. 141; 75, с. 6]. Як зазначає Н. Рузібаєва, “когнітивна лінгвістика досліджує взаємозв’язок між мовними знаками і структурами знань, що лежать у їхній основі” [77, с. 440].

Таким чином, лінгвокогнітивний підхід виник як реакція на формалізм попередніх мовознавчих шкіл і став спробою інтегрувати мову в систему людського пізнання. Його завдання полягає не лише у вивченні мовних

структур, а й у розкритті того, як мова формує, систематизує та транслює знання про світ.

Одним із центральних понять когнітивної лінгвістики є **концепт**, який виступає основною одиницею свідомості, у межах якої зберігається, структурується та інтерпретується знання людини про світ. Як зазначає І. Ісматуллаєва, концепт у найширшому розумінні – це “ментальна репрезентація досвіду, вербалізована у мові” [56, с. 533]. Його зміст завжди відображає не лише об’єктивну дійсність, а й суб’єктивне сприйняття, інтерпретацію та емоційне ставлення людини до явищ світу [6, с. 214; 35, с. 3169].

Дослідники сходяться на думці, що концепт не можна ототожнювати ні з логічним поняттям, ні з лексичним значенням. За словами Д. Хайрулліної, *поняття* фіксує абстрактно-раціональний зміст, тоді як *концепт* є результатом синтезу раціонального, образного й емоційного досвіду [Khairullina 2018, с. 306]. Лексичне ж значення є лише мовним знаком, який актуалізує той чи інший фрагмент концептуального змісту, але не вичерпує його [17, с. 216–217]. Іншими словами, у свідомості концепт охоплює ширший комплекс знань, ніж те, що передає слово.

Можна виділити три головні підходи до розуміння концепту в сучасній когнітивній лінгвістиці.

Перший – логіко-семантичний, у межах якого концепт розглядається як одиниця абстрактного мислення, близька до поняття, але більш гнучка у змісті [5, с. 43].

Другий – психолінгвістичний, який підкреслює роль асоціацій, емоцій, прототипів і образів у формуванні концептів [67, с. 308; 75, с. 5].

Третій – культурно-когнітивний, в якому концепти тлумачаться як елементи колективної пам’яті, що репрезентують соціальні цінності, архетипи та символи певної культури [16, с. 172; 79, с. 3].

В більшості сучасних робіт концепт визначається як багатовимірна ментальна структура, яка має ядро і периферію. Ядро містить узагальнений раціональний зміст – когнітивне ядро знань, що визначає стабільні ознаки

об'єкта. Периферія охоплює варіативні, асоціативні, оцінні й образні компоненти, що залежать від індивідуального досвіду мовця [6, с. 215; 8, с. 534]. Така структура пояснює, чому один і той самий концепт може мати різні вербальні реалізації в мові – адже периферія дозволяє гнучко адаптувати його зміст до комунікативної ситуації.

Т. Володіна наголошує, що концепти мають ієрархічну організацію: вони формують систему взаємопов'язаних понять, які відображають картину світу певної мовної спільноти [5, с. 45]. Зокрема, концепт може виступати гіперонімом для низки підконцептів (наприклад, концепт “війна” охоплює підконцепти “бій”, “ворог”, “перемога”, “поразка”). В межах цієї ієрархії центральним залишається культурно значущий смисл, навколо якого вибудовуються інші когнітивні елементи.

Дослідники часто підкреслюють зв'язок між концептами та когнітивними структурами, які визначають організацію знань. Зокрема, виділяють такі когнітивні одиниці, як *фрейм*, *скрипт*, *сценарій*, *геіштальт*, *прототип* [50, с. 12–14]. Усі вони відображають різні способи збереження та актуалізації інформації. *Фрейм* (за Ч. Філлмором) – це система знань про певну ситуацію або явище, що включає типові (прототипові) учасники та дії. *Скрипт* описує послідовність подій, пов'язаних із певним сценарієм (наприклад, “відвідування лікаря”). *Прототип* – це ментальний образ найхарактернішого представника категорії. Усі ці одиниці взаємодіють в процесі концептуалізації, формуючи цілісну картину світу [61, с. 139; 46, с. 58].

В українській когнітивній традиції аналогічні явища описуються через поняття “концептуальна система” або “когнітивне поле”. М. Москальчук зазначає, що кожен концепт входить до певного семантичного простору, який можна дослідити через лінгвістичні засоби його вербалізації [15, с. 161]. Наприклад, у лексичному полі концепту *РОДИНА*, проаналізованому С. Абдулаєвою, основне ядро утворюють слова “батьки”, “діти”, “дім”, а периферію – асоціативні поняття “любов”, “турбота”, “затишок”, “єдність” [1, с.

19–21]. Це демонструє, як мова фіксує і водночас формує когнітивну структуру концепту.

У зарубіжній когнітивістиці широко застосовується теорія концептуальної метафори, розроблена Дж. Лакоффом і М. Джонсоном, згідно з якою значна частина нашого мислення має метафоричний характер (*conceptual metaphor theory*). В межах цієї теорії концепти відображаються через метафоричні проєкції – наприклад, *time is money*, *argument is war* (час – це гроші, дискусія – це війна). Такі метафори не є просто поетичними прийомами, а свідчать про глибинні когнітивні моделі мислення [61, с. 144]. Цей підхід виявився надзвичайно плідним і для дослідження медіадискурсу, зокрема при аналізі воєнної риторики, де домінують метафори “боротьби”, “захисту”, “перемоги” [4, с. 173].

В контексті лінгвокогнітивних студій велике значення має також теорія прототипів (Р. Рош). Вона доводить, що категорії в нашій свідомості організовані не за жорсткими межами, а за принципом “сімейної подібності”: певні представники категорії є більш центральними (прототиповими), ніж інші. Наприклад, у категорії “птахи” голуб або горобець сприймаються як більш природні, ніж пінгвін чи страус. Такий механізм пояснює гнучкість і варіативність категоризації у мові [46, с. 62; 77, с. 441].

Отже, структура концепту має полікомпонентний характер. Вона включає когнітивне ядро (інваріантний зміст), периферію (асоціативно-оцінні компоненти), образний рівень (візуальні й метафоричні уявлення) та мовну оболонку (засоби вербалізації). Такий підхід дозволяє інтегрувати семантичний, прагматичний і культурний аспекти дослідження.

Як підкреслює Ю. Шарапановська, “вивчення концепту дає змогу проникнути у структуру людської свідомості, оскільки саме концепт є вузловою точкою між мовою, мисленням і культурою” [30, с. 2]. Саме тому когнітивна лінгвістика приділяє таку увагу аналізу концептів, вбачаючи у них “вікно” до ментального світу людини.

Питання вербалізації концептів займає важливе місце в сучасних дослідженнях. Л. Молгамова вказує, що дискурс є найприроднішою формою існування концептів у мові, оскільки саме у мовленнєвих актах вони актуалізуються і набувають конкретного змісту [14, с. 101]. Кожен дискурс – художній, політичний, медійний – має свій набір домінантних концептів, які організують його смислову структуру. Саме тому аналіз лінгвокогнітивних стратегій у медіадискурсі дозволяє зрозуміти, як через мову відтворюються певні моделі мислення, оцінки і цінності.

На думку О. Цимбалісти, когнітивний і дискурсивний підходи у перекладацькій діяльності є взаємодоповнювальними: перший пояснює, як формується зміст, а другий – як цей зміст функціонує в конкретному комунікативному середовищі [26, с. 222]. Такий синтез забезпечує комплексний аналіз мовних явищ і демонструє, що лінгвокогнітивна парадигма виходить далеко за межі теоретичної лінгвістики, охоплюючи перекладознавство, стилістику, аналіз дискурсу та міжкультурну комунікацію.

Таким чином, сучасна когнітивна лінгвістика розглядає концепт як базову одиницю свідомості, яка має складну внутрішню структуру, культурну зумовленість і мовну реалізацію. Саме через систему концептів формується картина світу людини – ментальна модель, що узагальнює досвід і визначає способи інтерпретації реальності.

Проблематика співвідношення лінгвокогнітивного та лінгвокультурного підходів є однією з найбільш дискусійних у сучасному мовознавстві. Обидва напрямки мають спільну методологічну основу – визнання мови не лише комунікативним засобом, а й інструментом пізнання та збереження культурного досвіду [8, с. 533–534]. Водночас між ними існує суттєва різниця у фокусі аналізу. Лінгвокогнітивний підхід орієнтований на універсальні механізми мислення, що лежать в основі мовної семантики, тоді як лінгвокультурологічний концентрується на національно-специфічних елементах, які формують етнокультурний образ світу [16, с. 171–173].

Як зазначає С. Остапенко, когнітивна лінгвістика пояснює структуру знання в мові, тоді як лінгвокультурологія досліджує зміст цих знань, пов'язаний із культурними цінностями. Вона наголошує, що “мова є не лише формою пізнання, а й способом збереження колективного досвіду” [16, с. 172]. Саме через це лінгвокогнітивний і лінгвокультурологічний підходи розглядаються як взаємодоповнювальні: перший зосереджується на пізнавальній природі мови, другий – на її ціннісному змісті.

Когнітивна лінгвістика вивчає концепти як універсальні одиниці знання, що відображають спосіб мислення людини загалом. Лінгвокультурологія ж трактує концепти як культурно марковані феномени, що несуть інформацію про ціннісні орієнтири нації [40, с. 221–223]. Як приклад можна навести концепт “свобода”: у когнітивному вимірі він пов'язаний із простором вибору та незалежністю дії, а у культурному – набуває конкретно-національного змісту: у США – як право індивіда, у Франції – як суспільна цінність, в Україні – як символ державності та гідності. Таким чином, концепт поєднує універсальне і культурно-специфічне, а обидва підходи дають змогу комплексно описати його семантику.

На думку І. Цимбалісти, саме взаємодія когнітивного та культурного рівнів забезпечує глибину лінгвістичного аналізу, адже “мовна одиниця відображає не лише ментальний, а й ціннісний аспект пізнання” [26, с. 222]. У цьому сенсі лінгвокогнітивна методологія виявляється ефективною не лише для опису мовної системи, а й для аналізу комунікативних практик, де мова стає інструментом інтерпретації реальності.

Особливо важливим прикладним виміром лінгвокогнітивного підходу є перекладознавство, в якому когнітивна модель дозволяє осмислити процес перекладу не лише як трансформацію форм, а як реконструкцію концептуального змісту. Н. Кудрявцева зазначає, що перекладацька діяльність передбачає “відтворення не мовної оболонки, а концептуальної структури тексту”, що потребує когнітивної еквівалентності між оригіналом і перекладом [10, с. 47]. Такий підхід вимагає глибокого розуміння концептуальної системи

мови-джерела та мови-реципієнта, адже кожна з них репрезентує світ по-різному.

Цей же принцип лежить в основі когнітивно-комунікативної методики у викладанні іноземних мов. Як наголошують І. Солоділова і Т. Захарова, навчання мови на основі когнітивного підходу передбачає оволодіння концептуальними категоріями, а не лише граматичними структурами. Метою стає не запам'ятовування правил, а формування “концептуального мислення” іноземною мовою [81, Zakharova 2020, с. 589]. Цю думку розвиває С. Мотов, який підкреслює, що “лінгвокогнітивний підхід у викладанні мови розвиває здатність студента до осмислення мовних явищ як проявів мислення” [66, с. 1181].

Ще однією сферою застосування когнітивної методології є аналіз дискурсу. Як зазначає Л. Молгамова, дискурс – це “матеріал, у якому концепти виявляються в дії” [14, с. 102]. У межах когнітивної парадигми дослідник вивчає, як у текстах формуються концептуальні схеми та смислові структури. Це особливо важливо для медіалінгвістики, де мова не лише відображає, а й формує суспільне сприйняття подій. Когнітивний підхід дозволяє простежити, які концепти домінують у медіадискурсі, якими метафорами чи фреймами вони виражаються, як вони впливають на інтерпретацію інформації.

Так, А. Бошков аналізує медійний дискурс із позицій когнітивної лінгвістики, зазначаючи, що його специфіка полягає у створенні когнітивних моделей дійсності, які формують суспільну думку [4, с. 173]. При цьому саме метафоричні і фреймові структури забезпечують упорядкування хаотичного потоку інформації в зрозумілі смислові схеми. Для прикладу, у висвітленні війни в західних інтернет-медіа часто використовується фрейм “*war as defence*” (“війна як захист”), що актуалізує концепти “безпека”, “загроза”, “боротьба”. Такі когнітивні стратегії не лише інтерпретують подію, а й задають певну моральну перспективу її осмислення.

Важливим аспектом когнітивного підходу є також його методологічна гнучкість. Він поєднує кілька взаємодоповнювальних методів: аналіз концептів,

фреймове моделювання, метафоричний аналіз, когнітивну дефініцію, асоціативне моделювання тощо [89, с. 722]. Ці інструменти дозволяють описати, як у мові відображається мислення на різних рівнях – від окремого слова до цілісного тексту.

Не менш значущою є ідея когнітивної метамови – системи понять, через які сама когнітивна лінгвістика описує мову. Вона включає такі одиниці, як концепт, фрейм, сценарій, прототип, когнітивна схема. Як зазначає І. Ситник, ці поняття утворюють “категоріальний апарат сучасної антропоцентричної лінгвістики” [19, с. 124]. Застосування когнітивної метамови уможливило інтерпретацію мови як інтелектуальної системи, що відображає світ у ментальних моделях.

В українській когнітивній традиції ця ідея знаходить своє втілення у працях М. Полюжина, який підкреслює роль концептів як “основи структурування мовної та культурної картини світу” [17, с. 219]. Він наголошує, що когнітивна лінгвістика є не лише теорією мови, а й теорією пізнання, яка дозволяє пояснити, як людина інтерпретує дійсність крізь мовні знаки.

Отже, лінгвокогнітивний підхід, попри свою теоретичну складність, має безпосередні практичні наслідки для суміжних галузей. У перекладі він забезпечує адекватну передачу смислів, у навчанні мови – формування когнітивної компетентності, у медіадискурсі – розкриття механізмів конструювання знання. Всі ці сфери засвідчують, що когнітивна лінгвістика виходить за межі вузького академічного контексту, стаючи інструментом гуманітарного аналізу сучасного світу.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що лінгвокогнітивний підхід у сучасній лінгвістиці є універсальним інтерпретаційним інструментом, який дозволяє поєднати аналіз мови, мислення та культури. Його головною метою є відтворення тих когнітивних процесів, що стоять за мовною діяльністю, а також виявлення закономірностей, за якими мова відображає і формує свідомість. Як зазначають В. Еванс і М. Грін, “*language is a window into the mind*” (“мова є вікном у свідомість”) [46, с. 53] – ця теза найточніше виражає сутність

лінгвокогнітивної парадигми, яка розглядає мовлення як проекцію пізнавальних структур людини.

1.2. Медіадискурс як об'єкт когнітивно-лінгвістичного аналізу

Поняття *медіадискурс* у сучасній лінгвістиці посідає важливе місце, адже воно поєднує в собі не лише мовний, а й соціокультурний, комунікативний і когнітивний аспекти аналізу. Його вивчення пов'язане з переходом від традиційного розуміння масової комунікації до усвідомлення ролі мови як інструмента впливу, формування колективної свідомості та репрезентації соціальної реальності [47, с. 12; 38, с. 17].

Як зауважує Д. Коритнік, медіадискурс – це “різнопланове явище, яке синтезує лінгвістичні, комунікативні, соціальні й ідеологічні компоненти сучасного інформаційного простору” [9, с. 267]. На відміну від звичайного дискурсу, медіадискурс має складну багаторівневу природу, адже формується під впливом технологічних, культурних та політичних чинників.

Термін *медіадискурс* виник наприкінці XX століття в межах розвитку критичного дискурс-аналізу (CDA) і соціолінгвістики мас-медіа. У західній традиції одним із перших його використав Н. Ферклаф у праці “Media Discourse” (1995), де визначив його як сукупність мовних практик, що відображають і підтримують владні відносини у суспільстві [47, с. 18]. Подальший розвиток поняття зумовив появу таких термінів, як *digital discourse*, *new media discourse*, *multimodal discourse*, що відображають динаміку сучасного медіасередовища [59, с. 285; 39, с. 150].

Значний внесок у розроблення проблеми зробили Т. ван Дейк, М. Талбот, Д. Мачін, Т. ван Левен, А. О'Кіфф, Р. Вотак. Їхні праці розкрили соціально-комунікативну функцію медіадискурсу та його роль у формуванні суспільних уявлень. За визначенням ван Дейка, медіадискурс – це “організована

форма публічної комунікації, у якій відображається ідеологічна структура суспільства” [87, с. 109]. У цьому сенсі мова медіа не є нейтральною: вона створює певну картину світу, формуює оцінки й репрезентує соціальні групи.

Українські дослідники підходять до медіадискурсу з позицій комплексного аналізу. Так, О. Черниш визначає його як “сукупність текстів і мовленнєвих практик, що функціонують у межах масової комунікації та мають на меті вплив на адресата” [29, с. 311]. Д. Сизонов розглядає медіадискурс як систему “мовних одиниць, які формують уявлення про реальність у масовій свідомості” [20, с. 390]. Таким чином, медіадискурс не обмежується сукупністю журналістських текстів, а включає всі комунікативні процеси, що виникають у сфері мас-медіа.

Проблема співвідношення понять *медіадискурс* і *медіатекст* є однією з основних у медіалінгвістиці. За спостереженням М. Яцимірської, медіатекст – це конкретний мовний продукт, створений журналістом, тоді як медіадискурс охоплює ширший контекст його породження та сприйняття [33, с. 27]. Подібну думку висловлює й О. Черниш, яка вважає, що медіадискурс – це “надтекстове утворення, що охоплює систему тематичних, жанрових та ідеологічних зв’язків між окремими текстами” [29, с. 312].

Таким чином, медіадискурс можна трактувати як комунікативний процес, у межах якого функціонують медіатексти, а також як простір когнітивних і соціальних взаємодій між журналістом, аудиторією та інституцією медіа.

В контексті когнітивної лінгвістики медіадискурс набуває нових інтерпретацій. Його аналіз передбачає дослідження не лише поверхневої текстової структури, а й глибинних когнітивних схем, які визначають способи концептуалізації дійсності у медіа. Згідно з позицією К. Кошравініка, “новітні медіа створюють особливий тип дискурсу, де поєднуються індивідуальні та колективні когнітивні процеси” [59, с. 284].

Водночас у медіадискурсі виявляється взаємодія вербальних і невербальних засобів комунікації – візуальних, аудіальних, кінетичних. Це зумовило розвиток напряму *мультимодального дискурс-аналізу* (Multimodal

Discourse Analysis), який розглядає текст як багаторівневу структуру, де значення формується через взаємодію кількох модальностей [42, с. 602; O’Keeffe 2013, с. 443]. Саме ця особливість відрізняє сучасний медіадискурс від традиційних текстових форм і робить його актуальним об’єктом когнітивно-лінгвістичних досліджень.

В українських наукових працях також простежується прагнення інтегрувати когнітивний підхід у медіалінгвістику. Д. Сизонов розглядає медіатекст як “модель мовного відтворення соціальних реалій”, що дозволяє реконструювати когнітивні механізми створення і сприйняття інформації [21, с. 19]. Я. Чаплук і Г. Чуйко підкреслюють, що сучасний інформаційний простір характеризується “кліповою хаотичністю”, яка діє як технологія психологічного впливу, маніпулюючи увагою та емоціями аудиторії [27, с. 25]. Ці спостереження підтверджують, що аналіз медіадискурсу неможливий без урахування когнітивних процесів, які керують сприйняттям інформації.

Важливою характеристикою медіадискурсу є його інституційна природа. За Т. ван Дейком, засоби масової інформації виступають не лише посередниками, а й активними учасниками соціального конструювання реальності [86, с. 23]. Вони створюють і підтримують певні когнітивні моделі – *mental models*, які формують суспільні уявлення про події. У цьому контексті медіадискурс може розглядатися як система когнітивних стратегій, спрямованих на формування інтерпретацій у свідомості реципієнтів.

Як зазначає Ф. Абдулла, медіадискурс є “дзеркалом соціальної дійсності та водночас інструментом її переосмислення” [36, с. 3]. Його вивчення передбачає аналіз того, як через мову медіа кодуються ідеологічні позиції, цінності та ієрархії. Тому дослідження медіадискурсу потребує не лише лінгвістичних, а й когнітивних, соціальних і культурологічних методів.

З. Григорова виділяє три основні рівні сучасного медіапростору – “нові медіа”, “соціальні медіа” і “соціальні мережі” – які відрізняються способом поширення інформації, ступенем інтерактивності та рівнем когнітивної залученості аудиторії [7, с. 95]. Кожен із цих рівнів формує власний тип

медіадискурсу: від традиційного новинного до інтерактивного, у якому користувач стає співавтором смислів.

Із розвитком цифрових технологій медіадискурс набуває мережевого характеру. За Г. Бувер, соціальні платформи створили “нову форму публічного дискурсу, де особисте, політичне та масове взаємоперетинаються” [39, с. 151]. У такому середовищі когнітивні процеси користувачів стають частиною механізму формування інформаційної дійсності: кожне повідомлення не лише передає інформацію, а й моделює інтерпретаційну рамку, у якій ця інформація сприймається.

У підсумку, сучасний медіадискурс можна визначити як динамічну систему когнітивно-комунікативних процесів, у яких мова виступає засобом структурування соціального досвіду. Його аналіз у межах когнітивної лінгвістики дозволяє простежити, як через мовні та візуальні ресурси конструюються уявлення про реальність, як формуються і транслуються цінності, а також яким чином медіа впливають на когнітивні моделі сприйняття світу.

Медіадискурс, як форма масової комунікації, має складну внутрішню структуру, що поєднує когнітивний, соціальний і лінгвістичний виміри. Його можна розглядати як багаторівневу систему, у якій мовні форми виконують роль засобів концептуалізації суспільно значущих подій. За визначенням Н. Царьової, медіадискурс – це “соціолінгвістичне утворення, що функціонує у сфері публічного мовлення та втілює владно-комунікативну взаємодію суб’єктів інформаційного простору” [24, с. 126]. Саме тому аналіз медіадискурсу потребує поєднання когнітивного підходу з прагматичним і критичним.

З позицій когнітивної лінгвістики медіадискурс – це спосіб організації знання про соціальну дійсність у межах комунікаційного процесу. У ньому відображено те, як людина сприймає події, структурує інформацію та інтерпретує факти. Т. ван Дейк підкреслює, що “медіадискурс не просто описує події, а формує моделі розуміння цих подій у свідомості аудиторії” [86, с. 25].

Отже, когнітивна природа медіадискурсу полягає у його здатності створювати фрейми та сценарії, які спрямовують інтерпретацію реальності.

Фрейм як когнітивна одиниця виконує функцію структурування знання. Він окреслює, які елементи події мають бути поміченими, у якому контексті їх інтерпретувати та яку оцінку їм надати. Наприклад, у новинних повідомленнях про військові конфлікти часто використовується фрейм “*war as protection*” (“війна як захист”), що актуалізує концепти “*безпека*”, “*загроза*”, “*оборона*” [64, с. 112]. Така когнітивна схема дозволяє сформувати позитивне ставлення до певної сторони конфлікту та легітимізувати її дії.

Д. Кудрявцева, досліджуючи мовні стратегії медіа, зазначає, що “лінгвокогнітивний аналіз дозволяє відстежити, як через вибір слів і граматичних конструкцій медіа спрямовують мислення реципієнта” [10, с. 41]. Це свідчить про тісний зв’язок когнітивних і прагматичних рівнів у структурі медіадискурсу.

В межах когнітивно-дискурсивної моделі аналізу медіа виділяють кілька типів когнітивних стратегій: *інформаційна, оцінна, емотивна, маніпулятивна*.

Інформаційна стратегія спрямована на подання фактів і даних, проте навіть вона передбачає певний ступінь інтерпретації.

Оцінна стратегія виявляється у використанні мовних засобів, що позначають позитивне або негативне ставлення до описуваного явища.

Емотивна стратегія апелює до емоцій реципієнта, активуючи образи, метафори та символи.

Маніпулятивна стратегія має на меті створення когнітивного ефекту переконливості через непомітну підміну логічних структур оцінковими судженнями [11, с. 60–62].

На думку Я. Чаплак, когнітивна маніпуляція в медіадискурсі полягає в тому, що аудиторія сприймає інформацію не як нав’язану, а як логічно обґрунтовану, тоді як насправді вона є результатом ретельно сконструйованої смислової рамки [27, с. 32]. З погляду когнітивної науки, це пояснюється тим, що людська свідомість схильна до фреймової обробки інформації: нові дані

інтерпретуються через наявні схеми знання, а медіа, використовуючи цю властивість, здатні змінювати структуру цих схем.

У цьому контексті показовими є спостереження М. Талбот, яка вважає, що “медіадискурс не просто передає реальність – він створює її в уяві споживача” [82, с. 16]. Цей процес має когнітивну основу, адже інформаційні повідомлення не сприймаються у вакуумі: вони активують певні ментальні моделі світу, у яких закладені соціальні цінності, ідеологічні установки й культурні стереотипи.

Одним із найважливіших механізмів когнітивної організації медіадискурсу є метафора. В межах концептуальної метафорики (G. Lakoff, M. Johnson) вона розглядається як спосіб мислення, що дозволяє інтерпретувати абстрактні явища через конкретні образи. Як зазначає Д. Фетцер, в медіа метафора виконує функцію “когнітивного спрощення складних соціальних процесів”, завдяки чому аудиторія легше сприймає та оцінює інформацію [48, с. 368]. Наприклад, у політичних новинах часто використовується метафора “*battle for truth*” (“битва за правду”), що створює уявлення про протистояння між “своїми” і “чужими”.

Іншим когнітивним механізмом є фреймова організація тексту. Як показує Т. ван Дейк, новинний матеріал майже завжди підпорядковується певній сценарній структурі: експозиція (вступ), конфлікт, кульмінація, розв’язка, висновок [87, с. 113]. Така схема відповідає природним когнітивним моделям сприйняття інформації, тому забезпечує швидке засвоєння змісту. Медіа використовують цю властивість, вибудовуючи наративи, які підсилюють певну позицію або інтерпретацію подій.

В контексті цифрових медіа важливим стає поняття гіпертексту, яке С. Чемеркін описує як “динамічну систему смислів, що взаємодіють через посилання, мультимодальні ресурси і коментарі користувачів” [28, с. 112]. Гіпертекстуальність створює умови для формування поліфонічного медіадискурсу, де множинність точок зору поєднується в єдину когнітивну мережу.

І. Царьова наголошує, що у сфері безпекової комунікації медіадискурс набуває особливої ваги, адже “через мовні практики відбувається формування образів загрози, ризику, ворога” [28, с. 170]. З когнітивної точки зору, це означає створення специфічних фреймів, які спрямовують колективне мислення. Наприклад, фрейм “*enemy as aggressor*” (“ворог як агресор”) активує асоціації з небезпекою, моральним обов’язком, необхідністю дії. Саме через такі когнітивні структури мова медіа формує соціальні реакції на події.

М. Хом аналізує новітню політичну лексику ЗМІ й показує, що неологізми та okazіоналізми часто стають маркерами когнітивних змін у сприйнятті реальності. Вона наводить приклади слів, що з’являються у медіа під час політичних криз і швидко набувають символічного значення, як-от “зрадофіл”, “бот”, “порохобот”, які репрезентують нові соціальні категорії мислення [22, с. 487–489]. Такі одиниці стають елементами когнітивних моделей, що структурують суспільну комунікацію.

Особливу увагу дослідники приділяють ролі емоцій у медійному впливі. Я. Чаплак підкреслює, що когнітивна ефективність медіаповідомлення залежить від його здатності викликати емоційний резонанс [27, с. 28]. Емоційно забарвлені вислови, образи та заголовки активують емоційні сценарії, які стають частиною колективної пам’яті. Так створюються стійкі когнітивні патерни, що визначають подальше сприйняття подібних тем.

Важливою ознакою сучасного медіадискурсу є також інтерактивність, яка зумовлює залучення аудиторії у процес створення смислів. Як зазначає У. Олауссон, глобальні медіа “не лише поширюють інформацію, а й створюють простір для спільного виробництва значень” [71, с. 139]. Це призводить до розмиття меж між автором і споживачем тексту, між професійною журналістикою та користувацьким контентом. Внаслідок цього когнітивна динаміка медіадискурсу стає ще складнішою: інформаційні потоки взаємопроникають, формуючи мережеві структури знання.

Таким чином, когнітивний аналіз медіадискурсу дозволяє простежити, як мова не лише відображає події, а й конструює їхні ментальні репрезентації.

Медіа формують систему концептів, через які суспільство осмислює реальність: “*freedom*”, “*justice*”, “*security*”, “*enemy*”, “*truth*”. Усе це перетворює медіадискурс на когнітивно-семіотичну систему, де кожне слово стає елементом концептуальної боротьби за значення.

Аналіз медіадискурсу з позицій когнітивної лінгвістики вимагає застосування комплексної методології, яка поєднує структурно-семантичний, прагматичний і когнітивно-дискурсивний рівні. Такий підхід дозволяє виявити не лише поверхневу мовну організацію тексту, а й глибинні механізми формування смислів. Як зазначає А. Фетцер, “когнітивний аналіз медіадискурсу має справу не з текстом як таким, а з процесом осмислення, який цей текст запускає” [48, с. 366].

У цьому контексті ключовим поняттям стає когнітивна рамка (*cognitive frame*), що визначає, у який спосіб інтерпретуються події та явища у медіа. Фрейми організовують знання, забезпечуючи передбачуваність сприйняття. Вони складаються з концептуальних вузлів – “сценаріїв”, “ролей”, “цінностей”, які спільно формують контекст розуміння [86, с. 27]. Наприклад, під час висвітлення військових подій у західних інтернет-медіа може активізуватися фрейм “*war as humanitarian mission*” (“війна як гуманітарна місія”), що спрямовує інтерпретацію дій певної сторони як морально виправданих.

Когнітивний підхід дозволяє розглядати медіадискурс не лише як мовне, а й як мисленнєве явище. Це означає, що кожен текст у медіапросторі можна сприймати як результат когнітивного моделювання світу. Як підкреслює Т. ван Дейк, “дискурс є формою соціального пізнання, у якому відображено взаємодію між ментальними моделями індивідів і колективними уявленнями суспільства” [86, с. 29]. У цьому сенсі журналістика перетворюється на механізм колективної інтерпретації дійсності.

Серед основних методів когнітивного аналізу медіадискурсу можна виділити:

- *концептуальний аналіз*, спрямований на виявлення ключових концептів, які структурують текст (наприклад, *freedom*, *justice*, *enemy*, *peace*);

- *метафоричний аналіз*, який розкриває способи концептуалізації абстрактних явищ через конкретні образи;
- *фреймовий аналіз*, що досліджує сценарні структури організації знань;
- *наративний аналіз*, орієнтований на дослідження сюжетних схем і моделей подання інформації;
- *когнітивно-прагматичний аналіз*, який враховує комунікативні наміри автора та ефект впливу на аудиторію [74, с. 104–106];

Когнітивний аналіз також спирається на поняття ментальної репрезентації (*mental representation*), тобто внутрішнього образу події у свідомості реципієнта. За Ф. Абдуллою, цей процес є двостороннім: медіа формують ментальні моделі реальності, а аудиторія, у свою чергу, реконструює ці моделі відповідно до власного досвіду [36, с. 6]. Такий обмін знаннями перетворює медіадискурс на динамічну когнітивну систему, де значення постійно перетлумачуються.

У межах когнітивно-дискурсивного підходу велике значення має контекст. Як наголошує К. Кошправінік, “у цифровому дискурсі контекст стає фрагментованим, але водночас гіперзв’язаним”, що впливає на способи формування смислів [59, с. 287]. Для традиційних медіа контекст визначається тематикою, жанром, політичною позицією видання, а для нових – алгоритмами соціальних мереж, коментарями користувачів і мультимодальністю подачі. Усе це вимагає гнучких когнітивних стратегій для адекватної інтерпретації повідомлень.

Медіадискурс у когнітивному розумінні також передбачає аналіз інтенційності, тобто комунікативної мети, яку переслідує автор тексту. За Н. Царьовою, кожен жанр масової комунікації має власну інтенційну модель: новинна замітка інформує, аналітична стаття інтерпретує, а політичний коментар переконує [25, с. 219]. Водночас ці моделі не є статичними: вони адаптуються до соціокультурного контексту та очікувань аудиторії.

Серед новітніх тенденцій дослідження медіадискурсу виокремлюється критично-когнітивний напрям, який поєднує когнітивну лінгвістику та критичний дискурс-аналіз. Його мета – виявлення способів, якими через мову

формуються ідеологічні уявлення. Р. Вотак та М. Кошравінік доводять, що “мова медіа не є нейтральною: вона створює когнітивні матриці, у яких відтворюються соціальні нерівності” [88, с. 109]. Таким чином, когнітивна лінгвістика стає інструментом виявлення прихованих механізмів впливу та маніпуляції.

Одним із найпотужніших когнітивних механізмів впливу є повторення. Коли певний образ або фрейм з’являється у медіапросторі багаторазово, він закріплюється у ментальній структурі суспільства як “самоочевидна істина”. Це явище Т. ван Дейк називає *contextual coherence*, тобто “когерентністю контексту”, яка забезпечує сталість інтерпретацій [86, с. 41]. Наприклад, регулярне вживання фрейму “*strong leadership*” (“сильне лідерство”) у політичному дискурсі створює позитивний когнітивний шаблон влади.

Особливого значення набуває когнітивний аналіз політичного медіадискурсу, який є центральною сферою мовної маніпуляції. Як зазначає В. Лойко, політичний медіадискурс використовує різні форми “мовного конструювання реальності”, зокрема через метафоризацію, опозиції “ми – вони”, емоційне навантаження слів [12, с. 4–5]. Мовні одиниці типу “агресор”, “захисник”, “справедливість”, “ворог” набувають у медіа символічного значення, стаючи елементами когнітивних сценаріїв суспільного мислення.

Зі зростанням впливу цифрових платформ дедалі важливішою стає когнітивна специфіка соціальних медіа. Як пише Г. Бувер, “соціальні мережі створили середовище, де когнітивна динаміка відбувається в режимі реального часу, а смисли формуються колективно” [39, с. 153]. Тут фрейми та концепти циркулюють не вертикально (від журналіста до аудиторії), а горизонтально – між користувачами, що ускладнює процес когнітивного контролю та підсилює емоційний компонент комунікації.

У дослідженнях І. Царьової та Д. Коритнік медіадискурс постає як поліструктурне явище, в якому поєднано різні рівні когнітивної обробки інформації – від сприйняття фактів до оцінки й узагальнення [24, с. 127; 9, с. 269]. Це дозволяє розглядати медіадискурс не лише як засіб інформування, а як

інтелектуальну діяльність, у процесі якої суспільство моделює власну картину світу.

Когнітивно-лінгвістичний підхід до медіадискурсу має також безпековий вимір. За словами І. Царьової, “медіадискурс є домінантою процесів медіатизації безпеки, оскільки саме через медіа формуються образи ризику та механізми соціальної стабілізації” [28, с. 171]. У цьому контексті когнітивні структури – концепти “загроза”, “захист”, “ворог”, “жертва” – виступають не лише елементами мовної системи, а й чинниками впливу на суспільну свідомість.

Когнітивний аналіз також дозволяє пояснити явище гіпермедійності. Сучасний медіадискурс не обмежується текстом: він охоплює зображення, звук, відео, гіперпосилання, емодзі, що формують поліфонічну когнітивну мережу. Як відзначає О. Чемеркін, “гіпертекстова структура інтернет-дискурсу забезпечує нелінійне сприйняття смислів, у якому читач сам стає конструктором значень” [28, с. 115]. У цьому полягає відмінність сучасного цифрового медіадискурсу від традиційного: він вимагає активної когнітивної участі аудиторії.

Отже, когнітивно-лінгвістичний аналіз медіадискурсу охоплює широкий спектр аспектів – від структури мови до механізмів мислення, від соціального впливу до культурної репрезентації. Його завдання полягає у виявленні тих когнітивних стратегій, через які медіа створюють, змінюють і підтримують смисли. Як слушно зазначає К. Коттер, “*media discourse is not about words only – it is about how thought becomes public through language*” (“медіадискурс – це не лише про слова, а про те, як думка стає публічною через мову”) [43, с. 797].

Узагальнюючи, можна стверджувати, що лінгвокогнітивний підхід у сучасній лінгвістиці постає як універсальний інтерпретаційний інструмент, який поєднує аналіз мови, мислення та культури. Його основне завдання полягає у відтворенні когнітивних процесів, що лежать в основі мовленнєвої діяльності, та у виявленні закономірностей, за допомогою яких мова відображає і водночас формує свідомість людини. В такому розумінні мова постає

своєрідним «вікном» до ментального світу мовця, через яке проступають пізнавальні структури, цінності й уявлення про дійсність.

Узагальнюючи викладене, можна стверджувати, що методологічна база дослідження сформована як інтегрована система, яка поєднує когнітивну лінгвістику, критичний дискурс-аналіз, фреймовий, концептуальний, метафоричний, наративний та мультимодальний підходи. Така комбінація методів уможлиблює аналіз мови медіа одночасно на рівні лексики, синтаксису, наративних схем, оцінних структур та візуальних компонентів, розглядаючи медіадискурс як форму конструювання соціальної реальності війни. Репрезентативний корпус текстів західних інтернет-медіа 2022–2025 років, жанрово розмаїтий і динамічно сформований, забезпечує емпіричну основу для виявлення стійких когнітивних моделей та їх еволюції в часі. Поєднання кількісних (контент-аналіз, частотний підрахунок) і якісних (когнітивно-семантичне картування, інтерпретаційний аналіз) процедур створює умови для науково обґрунтованих узагальнень. У результаті методологічна модель дослідження дає змогу простежити, як західні медіа не лише відображають воєнні події, а й перетворюють їх на когнітивну реальність, що структурує суспільне сприйняття війни.

1.3. Методологічні засади та корпус дослідження

Вивчення лінгвокогнітивних стратегій висвітлення війни у медіа спирається на міждисциплінарну методологію, що поєднує положення когнітивної лінгвістики, дискурсології, медіалінгвістики та соціокомунікативних студій. Такий підхід дає змогу виявити, як мовні засоби медіа відображають колективні ментальні моделі, структурують суспільні уявлення та формують інтерпретаційні рамки сприйняття воєнних подій [37, с. 11; 41, с. 100].

Основним теоретичним підґрунтям цього дослідження є лінгвокогнітивний підхід, який розглядає мову як інструмент пізнання світу. Він

дозволяє аналізувати не лише форму мовних одиниць, а насамперед ті когнітивні процеси, що стоять за їх використанням. Як зазначає К. Шкурко, “лінгвокогнітивний аналіз спрямований на виявлення концептів, фреймів та ментальних моделей, які визначають побудову дискурсу” [32, с. 14]. В контексті медіадосліджень цей підхід надає можливість простежити, як через мову формується суспільне розуміння війни, безпеки, героїзму чи травми.

Серед методологічних орієнтирів дослідження – дискурсивний підхід, який дозволяє розглядати мову як діяльність, спрямовану на вплив та інтерпретацію. За С. Котлом, медіадискурс є “простором соціальної взаємодії, де конкурують різні інтерпретаційні схеми” [44, с. 23]. В межах цього підходу когнітивний аналіз зосереджується на тому, як у медіа вибудовуються певні концепти – наприклад, “*war as defense*”, “*war as chaos*”, “*peace as negotiation*” – і як вони стають частиною колективного знання.

Важливою складовою є фреймовий аналіз, який розкриває структурування знання про події через повторювані когнітивні схеми. Як підкреслює Е. Гілбоа, “фрейми визначають не лише, що ми бачимо, а й як ми це тлумачимо” [51, с. 91]. В контексті воєнного медіадискурсу фрейми створюють образи “жертви”, “ворога”, “захисника”, “героя”, які сприяють формуванню ціннісних орієнтирів аудиторії.

Відповідно до принципів когнітивної лінгвістики, дослідження враховує взаємозв’язок між мовою, мисленням і культурою. Мова не просто описує події – вона формує певну когнітивну модель світу, в межах якої інтерпретується війна. Д. Кемпбелл вважає, що репрезентація війни у медіа – це “етичний акт”, оскільки кожна наративна форма визначає, кого сприймають як жертву, а кого як агресора [41, с. 103]. Це твердження має безпосередній зв’язок із когнітивними процесами, адже саме через мовні структури активуються колективні фрейми моралі та ідентичності.

Особливе місце серед методів займає когнітивно-семантичний аналіз, який спрямований на виявлення смислових структур і концептуальних метафор. Як зазначає Р. Шубарт, “війна у медіа часто постає не як реальність, а як

культурний текст, де домінують метафори гри, драми або катастрофи” [78, с. 54]. Наприклад, у британських ЗМІ війна може зображатися як “*game of power*” (“гра влади”), тоді як у американських – як “*defense of freedom*” (“захист свободи”). Такий підхід дозволяє аналізувати, які когнітивні механізми стоять за різними концептуалізаціями конфлікту.

Не менш значущим є наративний аналіз, який досліджує, як у медіа конструюються історії про війну. За спостереженням Т. Аллена, воєнна журналістика завжди має подвійний характер: вона інформує, але водночас інтерпретує [37, с. 15]. В межах когнітивного підходу це означає, що журналіст виступає як “наратор” певної ментальної моделі, а отже, вибудовує конкретну перспективу бачення подій.

Серед аналітичних інструментів, застосованих у цій роботі, – концептуальний аналіз, який дозволяє дослідити структуру і взаємозв’язки концептів *WAR*, *SECURITY*, *INSECURITY*, *VICTIM*, *PEACE*. Згідно з дослідженням К. Шкурко, бінарні концепти *SECURITY/INSECURITY* функціонують як когнітивні полюси, що організують смисловий простір медіадискурсу війни [32, с. 56]. Вони відображають ціннісну напругу між порядком і хаосом, стабільністю та небезпекою, що актуалізується у медійній комунікації під час воєнних криз.

Під час аналізу медійного матеріалу враховується й критично-дискурсивна методологія, представлена у працях Н. Ферклафа, Т. ван Дейка та Д. Туссу. Вона виходить із того, що будь-який дискурс – це форма влади, яка відтворює соціальні ієрархії. Як зазначають Д. Туссу та Д. Фрідман, “репрезентація війни у медіа завжди є вибором – когнітивним і політичним” [83, с. 18]. Критичний аналіз у поєднанні з когнітивним дозволяє побачити, як мовні засоби стають інструментом ідеологічного впливу.

Методологічно дослідження спирається на принцип інтердисциплінарності, який дає змогу інтегрувати когнітивну, семантичну, комунікативну й соціальну перспективи. Так, О. Альбота, аналізуючи комунікацію у соціальній мережі *Reddit*, показує, що когнітивно-семантичний

підхід ефективний для виявлення смислових домінант у медійному просторі воєнного часу [2, с. 10]. На таких платформах когнітивні структури реалізуються через короткі текстові одиниці, емодзі, меми, що створюють нові форми колективного осмислення війни.

Методологічна стратегія дослідження також враховує положення медіатизованої комунікації, тобто процесу, у якому медіа не лише передають інформацію, а й формують реальність. С. Коттл наголошує, що сучасні конфлікти існують “у стані подвійної присутності – як події та як їх медійне відображення” [44, с. 31]. В межах когнітивного підходу це означає, що медіадискурс стає полем взаємодії між ментальними моделями журналістів, аудиторії та політичних акторів.

Для забезпечення наукової достовірності аналіз базується на таких принципах:

- системність – дослідження розглядає мову медіа як частину ширшої когнітивної системи суспільного мислення;
- контекстуальність – кожен текст аналізується у зв’язку з конкретними соціально-історичними обставинами;
- динамічність – ураховується зміна когнітивних моделей залежно від хронології подій;
- емпіричність – висновки базуються на аналізі реальних медіатекстів (новини, аналітичні статті, інтерв’ю, пости);
- інтерпретаційність – результати розглядаються як варіанти можливого осмислення, а не як остаточні істини.

Особливу увагу приділено взаємодії когнітивного та семіотичного рівнів. У цьому аспекті важливим є внесок Дж. Ромеро-Тріййо, який наголошує, що медіа відтворюють “стани граничності” (*liminality*), де поєднуються реальне й символічне [76, с. 146]. Цей підхід допомагає пояснити, як через мову створюються “проміжні” образи війни – між героїзмом і жахом, реальністю та видовищем.

Крім того, методологія спирається на ідею мультимодальності, запропоновану К. Паррі, яка вважає, що візуальний контент медіа відіграє не меншу когнітивну роль, ніж вербальний [73, с. 420]. Образи війни – фотографії, відео, графіка – створюють додаткові когнітивні шари, що впливають на сприйняття тексту.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що методологічна база цього дослідження формується на перетині когнітивної лінгвістики, критичного дискурс-аналізу, фреймової та наративної теорій. Вона забезпечує системне бачення того, як мова медіа відтворює, інтерпретує та трансформує соціальні уявлення про війну, перетворюючи інформацію на когнітивну реальність.

Методологічна основа когнітивно-лінгвістичного аналізу медіадискурсу передбачає поєднання кількох взаємодоповнювальних методів: фреймового, концептуального, наративного, метафоричного, когнітивно-прагматичного та критично-дискурсивного. Кожен із них дає змогу розкрити окремий аспект функціонування мовних структур у відображенні суспільної свідомості війни.

Фреймовий аналіз спрямований на реконструкцію системи знань, які активуються у медіатекстах. Фрейм – це структура, що містить типові сценарії подій, ролі учасників і ціннісні орієнтири. Як пояснює М. Гріффін, медіа створюють “візуально-семантичні фрейми війни”, які визначають, кого бачать героєм, а кого – загрозою [52, с. 10]. Наприклад, фрейм “*war as rescue mission*” (“війна як місія порятунку”) у західному медіадискурсі легітимізує збройне втручання як гуманітарну дію. У процесі аналізу такі фрейми визначаються через частотні словосполучення, синтаксичні моделі та повторювані метафори.

Другим методом є концептуальний аналіз, що досліджує структуру концептів, їхню взаємодію та ціннісне наповнення. Основними когнітивними доменами у медійному відображенні війни виступають *SECURITY*, *THREAT*, *FREEDOM*, *ENEMY*, *VICTIM*, *PEACE*. Вони утворюють семантичні поля, які організують інтерпретацію подій. Згідно з Л. Мініч і А. Репак, аналіз концептів у дискурсі військових інтерв’ю дає змогу простежити, як змінюються когнітивні орієнтири в умовах війни [13, с. 23]. Для виявлення структури концептів

застосовується процедура “семантичного картування”, яка передбачає побудову мережі асоціативних зв’язків між ключовими лексемами.

Метафоричний аналіз базується на положеннях теорії концептуальної метафори (G. Lakoff, M. Johnson). Його мета – виявити, як у медіадискурсі війна концептуалізується через інші сфери досвіду. Як зазначає Ч. Мхамді, медійні тексти про Іракську війну активно використовували метафори “*war as theatre*” (“війна як театр”) або “*war as game*” (“війна як гра”), що знижувало емоційне напруження та створювало ілюзію дистанції [65, с. 148]. Подібні метафоричні структури виконують функцію когнітивного спрощення складної дійсності.

Ще один важливий метод – наративний аналіз, який дозволяє реконструювати сюжетні схеми медійного представлення війни. Як доводять Д. Туссу і Д. Фрідман, сучасний медіадискурс використовує повторювані наративні архетипи – “герой/ворог”, “жертва/агресор”, “хаос/відновлення порядку” [49, с. 37]. У рамках когнітивного підходу ці наративи сприймаються як сценарії мислення, що активують певні цінності та поведінкові реакції.

Когнітивно-прагматичний аналіз зосереджується на комунікативних намірах журналістів і впливі тексту на аудиторію. Війна як інформаційна подія завжди має прагматичну спрямованість: вона формує емоційні реакції, мотивує до дії, створює колективну позицію. За Е. Гілбоа, “висвітлення конфлікту не є відображенням, а є актом посередництва між реальністю та її інтерпретацією” [51, с. 88]. Тому важливо враховувати інтенційність медіатекстів, їхню оцінну модальність і стратегічне використання мовних актів.

Застосування критичного дискурс-аналізу дозволяє виявити ідеологічні складники медіадискурсу. За Н. Ферклафом, мова є “соціальною практикою”, яка відтворює відносини влади [47, с. 44]. Відповідно, когнітивна інтерпретація медіатекстів виявляє, як через лінгвістичні засоби – метафори, епітети, синтаксичні конструкції – кодуються ідеологічні позиції. У західному медіадискурсі війна часто описується як боротьба між “цивілізацією” і “варварством”, що створює когнітивний бінаризм “свій – чужий”.

Важливо, що дослідження поєднує кількісні та якісні підходи. На кількісному рівні здійснюється контент-аналіз, який дозволяє визначити частоту появи певних лексем, метафор і тематичних доменів. На якісному – інтерпретаційний когнітивно-семантичний аналіз, спрямований на виявлення глибинних смислових структур. Така комбінація методів забезпечує цілісність і наукову обґрунтованість результатів.

Джерельна база (корпус дослідження) включає тексти західних інтернет-медіа, які висвітлюють події російсько-української війни 2022–2025 років. Зокрема, було проаналізовано матеріали видань *The Guardian*, *BBC News*, *The New York Times*, *The Washington Post*, *Reuters*, *Politico*, *The Telegraph*, *CNN*, *Al Jazeera English* та ін. У корпус увійшли тексти різних жанрів: новинні повідомлення, аналітичні статті, інтерв'ю, колонки, коментарі експертів. Такий вибір дозволяє охопити різні рівні когнітивного відображення війни – від фактографічного до інтерпретаційного.

Корпус сформовано за такими принципами:

- репрезентативність – відбір медіатекстів, що охоплюють різні країни, жанри й періоди;
- актуальність – включення текстів, опублікованих у період активних бойових дій (2022–2025);
- доступність – використання матеріалів відкритих онлайн-джерел;
- лінгвістична релевантність – відбір текстів, що містять виразні когнітивно-семантичні маркери (метафори, оцінні лексеми, фреймові структури).

Окрему увагу приділено жанровому розмаїттю корпусу. За А. Хоскінсом і Б. О'Лафліном, сучасна журналістика війни переходить у формат “поточної реальності”, де інформація циркулює миттєво, а межі між репортажем, коментарем і аналітикою стираються [53, с. 43]. Тому до корпусу включено не лише статті, а й фрагменти відео- та подкастових транскриптів, що дозволяє врахувати мультимодальний характер сучасного медіадискурсу.

Під час формування корпусу також бралися до уваги публікації, в яких репрезентуються різні точки зору – офіційні державні, аналітичні, гуманітарні, волонтерські. Такий підхід сприяє відтворенню когнітивного плюралізму – множинності інтерпретацій війни. Як зазначає Дж. Ноорстедт, “у новітніх війнах важливо не лише, що відбувається, а як це показано” [68, с. 12].

У корпусі дослідження також враховано тексти, які містять візуальні елементи – заголовки зі світлинами, графікою, емблемами. Згідно з позицією К. Паррі, зображення відіграють роль когнітивних підсилювачів тексту, адже “візуальна репрезентація війни створює власну форму інтерпретації” [73, с. 422].

Оскільки одним із завдань є простежити когнітивні стратегії подання війни в англomовному медійному просторі, основним робочим матеріалом стали тексти англійською мовою.

Важливо, що корпус не є статичним – він може розширюватися в процесі дослідження. Така динамічність відповідає сучасним принципам когнітивного аналізу, де значення розглядається як процес, а не як фіксована сутність.

Для аналітичної обробки матеріалу використано кілька рівнів аналізу:

- лексико-семантичний – визначення повторюваних концептуальних доменів і тематичних лексем;
- синтаксичний – виявлення структур, що задають перспективу опису (активні/пасивні конструкції, модальні дієслова, заперечення);
- дискурсивний – виявлення інтенцій автора, стратегії впливу та інтертекстуальні зв’язки;
- когнітивно-семантичний – побудова карти концептів і метафоричних структур;
- інтерпретаційний – узагальнення результатів на рівні фреймових моделей.

Таким чином, методологічна модель дослідження має інтегративний характер. Вона поєднує формальні та когнітивні методи, кількісні та якісні підходи, вербальний і візуальний аналіз, що забезпечує цілісне бачення процесів осмислення війни у західних медіа.

Побудова корпусу дослідження має на меті створити репрезентативну базу даних для виявлення когнітивних стратегій, за допомогою яких західні інтернет-медіа репрезентують воєнну дійсність. Корпус формується за змішаним принципом – хронологічним, тематичним і жанровим. Це дає змогу простежити динаміку когнітивних змін у висвітленні війни, а також виявити сталі структури мислення, що закріплюються у медійному просторі.

До першої групи текстів належать новинні повідомлення, у яких фокус зосереджено на фактичній інформації про бойові дії, політичні рішення, гуманітарні наслідки. Друга група – аналітичні статті, які відображають інтерпретаційну роботу журналіста: пояснення причин і прогнозів розвитку подій. Третя група – інтерв'ю та репортажі, що передають суб'єктивний досвід, формуючи емпатичний компонент сприйняття війни. Саме ця комбінація забезпечує різні когнітивні рівні – від раціонального до емоційного.

Як зазначає А. Паррі, “сучасні війни у медіа – це одночасно події, образи та наративи” [73, с. 418]. Тому корпус аналізується у кількох вимірах: лінгвістичному (словесний рівень), семіотичному (візуальні елементи) і когнітивному (ментальні структури). Ці рівні взаємодіють, створюючи поліфонічну модель комунікації, у якій значення формується не лише мовою, а й через образи, символи, контексти.

Одним із центральних аналітичних інструментів виступає когнітивне моделювання, тобто реконструкція ментальних схем, за якими відбувається інтерпретація війни. Наприклад, у публікаціях *The Guardian* домінує фрейм “*war as tragedy*” (“війна як трагедія”), де основним когнітивним концептом є страждання та втрата. У *The Telegraph* частіше зустрічається фрейм “*war as defense of civilization*” (“війна як захист цивілізації”), який апелює до цінностей єдності та морального обов'язку. Такі відмінності відображають не лише редакційну політику, а й культурно-когнітивні моделі, притаманні англomовному світу.

Особливе місце у корпусі займають тексти з візуальною складовою. Як зазначають Р. Шубарт і співавтори, “візуальні медіа перетворили війну на форму

культурного споживання” [78, с. 59]. Фотографії, відео, графічні елементи та навіть шрифтові рішення виконують когнітивну функцію: вони впливають на емоційну оцінку, актуалізують певні концепти (наприклад, “*victory*”, “*loss*”, “*sacrifice*”). В межах когнітивного аналізу такі елементи розглядаються як семіотичні маркери, що формують цілісну смислову рамку.

Дослідження використовує також когнітивно-семантичне картування – побудову схем, які візуалізують зв’язки між концептами. Наприклад, у заголовках на тему оборони (“*Ukraine resists*”, “*The West stands firm*”, “*Defending freedom*”) концепт *SECURITY* пов’язаний із лексемами *defense*, *strength*, *unity*. Натомість у публікаціях, що стосуються гуманітарних наслідків війни (“*Children of war*”, “*The displaced millions*”), домінує концепт *VICTIM*, який асоціюється з *loss*, *pain*, *innocence*. Такі карти допомагають простежити когнітивні тенденції – від героїзації до емпатії.

Одним із важливих методологічних принципів є порівняльність. Для адекватного аналізу необхідно враховувати різницю між західним і східноєвропейським інформаційним контекстом. Як підкреслює Е. Джозеф, “медіа є простором дипломатії, де війна набуває нового дискурсивного виміру – між миром і пропагандою” [57, с. 229]. Саме тому у корпус включено не лише англomовні джерела, а й тексти українських медіа, щоб зіставити, як когнітивні фрейми транслуються або змінюються при переході між культурами.

Важливим аналітичним напрямом є когнітивна інтерпретація візуальних метафор, які часто використовуються в медіа для позначення складних емоційних станів. Так, у статтях *CNN* війна подається через метафору “*storm*” (“буря”), що створює образ неконтрольованої сили. У *Reuters* популярною є метафора “*chessboard*” (“шахівниця”), яка акцентує стратегічний аспект конфлікту. Подібні метафори демонструють, як у когнітивній перспективі війна осмислюється через знайомі культурні сценарії – стихію, гру, боротьбу.

Однією з методологічних засад дослідження є когнітивна багаторівневість. Вона передбачає аналіз мови не лише на рівні лексики чи синтаксису, а й у площині прагматичних інтенцій, наративних стратегій,

оцінних структур і семіотичних засобів. Наприклад, активне використання форм на кшталт “*Russia claims*”, “*Ukraine says*” у заголовках створює ефект дистанційованої об’єктивності, що є характерним когнітивним прийомом західної журналістики.

Використання критично-когнітивного аналізу допомагає виявити приховані смислові нашарування. Як зазначає С. Кірат, у медіа “фреймування війни визначається не лише мовою, а й соціальними інтересами, що стоять за нею” [60, с. 988]. Таким чином, когнітивний аналіз стає засобом розкриття ідеологічних механізмів – від вибору термінології до побудови сюжетів.

У дослідженні також застосовано елементи корпусної лінгвістики – зокрема, частотний аналіз і кластеризацію ключових слів. Ці кількісні дані використовуються для підтвердження якісних спостережень. Наприклад, частота вживання лексем “*freedom*”, “*democracy*”, “*aggression*”, “*invasion*” у різних періодах дозволяє простежити зміни когнітивного фокусу в медійному наративі.

Методологічно важливим є принцип інтерпретаційної відкритості. Як зазначає Х. Лукіч, “медіа під час війни не лише фіксують події, а й відтворюють гендерні, культурні та моральні коди суспільства” [63, с. 395]. Це означає, що когнітивний аналіз не прагне дати єдину істину, а виявляє спектр можливих значень, закладених у мовних і візуальних структурах.

На практичному рівні когнітивно-лінгвістичний підхід реалізується через інтерпретаційне читання медіатекстів. Розглянемо приклад заголовка з *BBC News*: “*Ukraine’s fight for freedom continues amid devastation*”. Концепти *FREEDOM* і *DEVASTATION* створюють контрастну когнітивну пару – боротьба і руйнування. Така структура відображає подвійність сприйняття війни: з одного боку – героїзм, з іншого – трагізм. Когнітивна рамка “боротьби за гідність” активує емоційний відгук і формує у читача модель “справедливої війни”.

Методологічна система дослідження базується на принципах дискурсивної релевантності (відбір матеріалів, що містять когнітивно значущі одиниці), когнітивної послідовності (встановлення зв’язків між концептами в

межах одного тексту) та інтертекстуальності (аналіз перехресних відсилань між медіа). Така структура забезпечує глибину інтерпретації та дозволяє уникнути формального опису.

В межах аналізу використовується також метод тематичного фреймування, який полягає у групуванні медіатекстів за домінантними темами: “війна і цивільне населення”, “мілітарна стратегія”, “гуманітарна допомога”, “інформаційна війна”, “мирні ініціативи”. Для кожної теми створено окремі когнітивні карти, які показують, як змінюється смислова напруга між концептами *SECURITY*, *FEAR*, *HOPE*, *PEACE*.

У підсумку, методологічна система дослідження поєднує комплекс взаємопов’язаних інструментів – від фреймового до корпусного аналізу, від лінгвістичних до семіотичних прийомів. Такий підхід дозволяє розкрити багатовимірну природу медіадискурсу про війну, виявити механізми формування суспільних уявлень і простежити, як когнітивні моделі стають основою інформаційного впливу.

Як зазначають Т. Аллен і Дж. Сітон, “*the media do not just report wars; they make them intelligible*” (“медіа не просто повідомляють про війни – вони роблять їх осмисленими”) [37, с. 18]. Саме це твердження відображає головну ідею лінгвокогнітивного аналізу: мова медіа не лише описує дійсність, а й формує когнітивний простір, у якому ця дійсність набуває сенсу.

Висновок до Розділу 1

Лінгвокогнітивний підхід ґрунтується на уявленні про мову як форму репрезентації мислення, де мовні структури відображають процеси категоризації та концептуалізації світу. Він поєднує семантичний, когнітивний і культурний рівні пізнання, дозволяючи виявити, як через мовні засоби людина структурує досвід, осмислює реальність і формує уявлення про себе та світ. У цьому підході центральним стає поняття концепту як одиниці колективного знання, що об'єднує значення, емоції та культурні асоціації у цілісну ментальну структуру.

Медіадискурс є простором когнітивної взаємодії, де мова виконує функцію конструювання соціальної реальності. У ньому поєднуються комунікативні інтенції журналіста, суспільні уявлення й культурні коди, що формують колективне бачення подій. Медіа не лише відображають факти, а й задають рамку їхнього осмислення, створюючи фрейми, у яких визначаються смисли, цінності й емоційні домінанти. Когнітивно-лінгвістичний аналіз такого дискурсу розкриває способи, якими мова актуалізує концепти влади, безпеки, конфлікту, справедливості й формує моделі інтерпретації світу.

Методологічна база когнітивного аналізу поєднує інструменти концептуального, фреймового, метафоричного та критично-дискурсивного підходів. Їхнє поєднання дає змогу виявити не лише змістові, а й ціннісні та ідеологічні параметри медіатекстів. Корпус дослідження, сформований із

сучасних медійних матеріалів, репрезентує когнітивні стратегії, через які війна постає як подія морального, соціального й культурного виміру. У такому розумінні мова медіа функціонує як інструмент колективного мислення, що відтворює способи сприйняття дійсності та моделює її нові смислові форми.

РОЗДІЛ 2. КОГНІТИВНО-ДИСКУРСИВНИЙ АНАЛІЗ ВИСВІТЛЕННЯ ВІЙНИ У ПРОВІДНИХ ЗАХІДНИХ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА

2.1. Фреймова організація концепту “WAR” у західному медіадискурсі

У когнітивній лінгвістиці концепт *WAR* розглядається як складна ментальна конструкція (фрейм), що містить низку смислових елементів: причини війни, сторони конфлікту (агресор і захисник, союзники), перебіг бойових дій (атаки, оборона, ескалація), наслідки (перемога/поразка, втрати, руйнування), морально-правову оцінку (справедлива оборона проти агресії та воєнних злочинів) тощо. У медійному дискурсі журналісти виокремлюють окремі аспекти подій, посилюючи їхню помітність і тим самим скеровуючи сприйняття аудиторії. Такий підхід забезпечує певний спосіб інтерпретації матеріалу, пояснення причин і наслідків, а також формує оцінку ситуації та можливі варіанти її розв’язання. Тобто, фреймування передбачає подання інформації про подію, зокрема воєнного характеру, у спосіб, що орієнтує читача на конкретне розуміння. У цьому контексті будь-який чітко сформульований погляд чи аргумент у медіатексті можна розглядати як фрейм, особливо якщо він підсилений характерними мовними маркерами — виразними формулюваннями, метафорами та іншими засобами, які забезпечують його впізнаваність і легке відтворення в пам’яті.

Домінантні медіафрейми війни. Західні медіа, висвітлюючи війну, зазвичай звертаються до кількох базових фреймів. На основі аналізу вибірки матеріалів можна виокремити такі найпомітніші рамки подачі:

Фрейм агресії та оборони (responsibility/legality frame). Це рамка, що визначає, хто є нападником (винуватцем війни), а хто – стороною, що обороняється або стає жертвою агресії. Практично всі провідні західні ЗМІ однозначно називають вторгнення Росії в Україну агресивною неспровокованою війною. Наприклад, у статтях стабільно вживається слово *invasion* (“вторгнення”) щодо дій РФ (DeJong 2025), що саме по собі містить осудливий відтінок і покладає відповідальність за початок війни на Росію. Дослідження підтверджують, що медіа різних політичних спрямувань на Заході єдині в засудженні російського нападу (McCombs 2009, с. 1). На противагу, російські державні медіа уникають слова “війна”, називаючи її евфемістично “спецоперацією” (Pavlik 2022, с. 2) – тобто відбувається принципово інше фреймування конфлікту. Західний дискурс натомість відкрито говорить про війну й окупацію: BBC, Reuters, The Guardian та ін. вживають формулювання на кшталт “*Russia’s full-scale invasion of Ukraine*” (російське повномасштабне вторгнення в Україну) (DeJong 2025). Це формує у свідомості аудиторії чіткий концепт: є агресор (Росія), що порушив міжнародне право, і є жертва агресії (Україна), яка чинить справедливий опір. У рамках цього фрейму регулярно озвучуються і правові оцінки – наприклад, інформація про розслідування воєнних злочинів, видання МКС ордеру на арешт Путіна тощо (van den Berg 2024). Таким чином, війна постає не просто як зіткнення двох сторін, а як *морально забарвлений* конфлікт: одна сторона винна в агресії, інша має право на захист. Подібний фрейм бачимо і в інших контекстах: скажімо, висвітлюючи ізраїльсько-палестинське протистояння, західні медіа наголошують, що радикальне угруповання *Hamas* є агресором щодо мирних жителів Ізраїлю (згадуючи терористичні атаки 7 жовтня 2023 р.), при цьому підкреслюється статус ХАМАС як організації, що жорстко контролює Газу. Так, в аналітичному матеріалі BBC про ситуацію в Газі зазначено, що «*Hamas ruled Gaza with an iron*

rod» – ХАМАС правив Газою “залізною рукою”, тобто авторитарно та брутально (Adams 2025). Це метафоричне вираження підсилює фрейм жорстокого режиму, відповідального за насильство. Далі, описуючи дії бойовиків ХАМАС під час перемир’я, репортери наводять графічні деталі розправ: озброєні люди в масках б’ють і страчують колишніх опонентів, “жертви тремтять від жаху”, відбуваються позасудові розправи на вулицях (Adams 2025).. Такий опис одразу окреслює одну сторону як варварську силу, що тероризує населення, тим самим виправдовуючи суворі заходи проти неї. Отже, фрейм агресор/жертва є одним із ключових у західному медіадискурсі про війну: він апелює до етики і права, закликаючи співчувати одній стороні й засуджувати іншу.

Конфліктно-бойовий фрейм (conflict/military frame). Це, власне, **фрейм війни як бойових дій**, де акцент робиться на ході воєнних операцій, зіткненнях, територіальних здобутках чи втраті сторін. Він найбільш очікуваний, оскільки війна у буквальному сенсі є збройним конфліктом, і медіа регулярно повідомляють про перебіг подій на фронті. У новинних стрічках Reuters, BBC та інших щодня з’являються матеріали про бої, обстріли, наступальні чи оборонні дії. Такі повідомлення зазвичай подаються у відносно нейтральному, фактичному тоні, проте і в них присутні елементи фреймування через вибір лексики. Зокрема, журналісти часто використовують динамічні описи, що малюють картину інтенсивного протистояння. Приклад – стаття Reuters про наступ сирійських повстанців у 2024 році: «Syrian rebels battled government forces and allied militias around Hama... Rebels have staged a *whirlwind advance* over the past week, seizing Aleppo... in a *lightning assault* that has upended long-stable frontlines and further destabilised a region already *ablaze* from war in Gaza» (Al-Khalidi 2024). Тут вживано яскраві метафори швидкості й руйнівності: “*whirlwind advance*” (букв. «стрімкий як вихор наступ») та “*lightning assault*” («блискавичний штурм»), а також порівняння регіону з полум’ям війни (“*region... ablaze from war*”, тобто «регіон у вогні війни») (Al-Khalidi 2024). Такі мовні образи підсилюють конфліктний фрейм,

передаючи драматизм і масштаб бойових дій. У західних медіа бойовий аспект висвітлюється здебільшого з посиланням на офіційні дані сторін або оцінки експертів, намагаючись дотримуватися балансу. Наприклад, повідомляючи про зіткнення, Reuters часто подає інформацію з обох боків: «*Syrian rebels battled government forces... both sides said*» (повстанці б'ються з урядовими силами... як стверджують обидві сторони) (Al-Khalidi 2024). Це елемент об'єктивності, однак сам добір термінів – “rebels” (повстанці) проти “government forces” – теж несе фреймове навантаження. Слово “rebels” у західному дискурсі нейтральніше за “terrorists”, воно певною мірою легітимує антиурядових бійців як сторону громадянської війни, а не просто злочинців. Отже, навіть у сухому викладі подій медіа рамкують сторони і динаміку конфлікту певним чином (хто «штурмує», а хто «відбивається», де «наступ», а де «контратака» тощо).

Гуманітарно-жертвенний фрейм (human-interest frame). Паралельно з описом бойових аспектів, західні медіа широко висвітлюють *людський вимір* війни: страждання мирного населення, гуманітарні кризи, героїчні історії окремих людей. Цей фрейм апелює до емоцій співчуття, представляючи війну як велику людську трагедію. Він проявляється через акценти на жертвах і постраждалих: кількість загиблих, поранених, біженців; опис руйнувань міст, страждань дітей, гуманітарної катастрофи. Приміром, журнал Newsweek у лютому 2025 р. розпочинає статтю реченням: “*The war between Ukraine and Russia has led to staggering human losses, with estimates placing the total number of dead and wounded at nearly one million.*” – «війна призвела до приголомшливих людських втрат: за оцінками, загальна кількість загиблих і поранених сягає майже мільйона» (DeJong 2025). Далі наводяться конкретні оцінки втрат з обох сторін, підкреслюючи масштаб трагедії: за даними західних джерел, станом на початок 2025 року поранених та вбитих з російського боку могло бути понад 800 тисяч осіб, з українського – близько півмільйона: “*Estimates suggest that more than 800,000 Russian soldiers have been killed or severely wounded, making this one of the deadliest conflicts for Russia since World War II*” (DeJong 2025). Ці цифри озвучуються медіа для наголошення на ціні війни у людських життях.

Гуманітарний фрейм проявляється не тільки через статистику, а й через конкретні історії та образи. Західні журналісти часто описують долі звичайних людей на війні – як військових, так і цивільних – щоб викликати емпатію читача. Наприклад, Associated Press повідомляє про загибель миротворців ООН у Конго під час бойових дій, акцентуючи на тому, що навіть ті, хто прийшов захищати мир, стають жертвами війни. BBC публікує нариси про очевидців Другої світової, що дожили до нової війни – історію ветерана Варшавського гетто, який боровся проти нацистів і переживає сучасні конфлікти. Такі матеріали персоналізують війну, показують її обличчя через людей – від дітей, що ховаються від бомбардувань, до літніх свідків історії. Важливим елементом цього фрейму є мова емоційних описів: *“massacre”* (різанина), *“bloodbath”* (кривава баня), *“tragedy”* (трагедія), *“devastation”* (спустошення) тощо – ці слова регулярно з’являються в заголовках і текстах при висвітленні подій, де гинуть мирні мешканці або стаються воєнні злочини. Наприклад, британська The Guardian у репортажах про бомбардування українських міст використовує формулювання на кшталт *“civilian massacre”* (масове вбивство цивільних) або цитує чиновників, які називають удари по житлових кварталах «жахливими» та «варварськими». Навіть стриманіші агенції на кшталт Reuters, як правило, вказують кількість загиблих цивільних і додають емоційно забарвлені деталі, передані зі слів очевидців чи офіційних осіб (напр., *“charred bodies”* – обгорілі тіла, *“schools and hospitals reduced to rubble”* – школи й лікарні, перетворені на руїни). Показовий випадок – репортаж Reuters про облогу Маріуполя: в ньому цитуються міжнародні експерти, які констатують, що російські війська «навмисно використовували голод як метод ведення війни» проти мирного населення міста. Автори нагадують, що Маріуполь став синонімом жаху, де люди помирали від спраги та холоду, змушені були ховати померлих просто неба. Тон тексту явно засуджувальний: дії окупантів названо воєнним злочином, наводяться слова про «жахливі випадки» загибелі людей через відсутність води та тепла. Така подача одночасно вписується і в гуманітарний фрейм (наголос на стражданнях цивільних), і в морально-правовий (осуд воєнного злочину). Отже,

через гуманітарну рамку західні медіа демонструють, що *найвищу ціну війни платять прості люди*, викликаючи у читача емоційну реакцію та співчуття до жертв.

Дипломатично-політичний фрейм (diplomacy/peace frame). Цей фрейм висвітлює війну крізь призму зусиль із її припинення, міжнародної реакції та геополітичних наслідків. У західних медіа багато матеріалів присвячено переговорам, мирним ініціативам, санкціям, воєнній допомозі, тобто війна показується як *предмет міжнародної політики*. Наприклад, Reuters і BBC оперативно висвітлювали усі спроби домовитися про припинення вогню: від Стамбульських переговорів 2022 р. до різних мирних планів. У 2023–2025 рр. окремим напрямом стало обговорення умов можливого перемир'я в Україні. Так, Al Jazeera у жовтні 2025 проаналізувала пропозицію Дональда Трампа “заморозити” конфлікт: *“Trump wants to ‘freeze’ Russia-Ukraine war”* – тобто зупинити бойові дії по факту на поточних кордонах (Shamim 2025). У цьому матеріалі в жанрі “експлейнер” детально розбирається, що означає така “заморозка” і *“who gets what”* – хто що отримає, якщо війна зупиниться зараз. Метафора *“freeze the war”* (заморозити війну) тут увійшла в дискурс саме як політична формула, яку обговорюють західні експерти. Видання наводить слова Трампа: *“cut and stop at the battle line”* (буквально «відрізати і зупинитися по лінії фронту»), пояснює позиції України, Росії, союзників щодо цієї ідеї, показує карту поточних ліній фронту. Фактично, війна розглядається як предмет торгу і дипломатії: скільки територій контролює кожна сторона, на яких умовах готові погодитися. Інший приклад – висвітлення ізраїльсько-палестинського конфлікту: BBC повідомляє про укладення тимчасового перемир'я в Газі, посилаючись на офіційні заяви сторін і міжнародних посередників (Smilianets 2025). Медіа подають ці новини під кутом надії на мир (*“ceasefire deal going better than expected”* – угода про перемир'я йде краще, ніж очікували) або скепсису щодо його міцності. Часто вживаються формулювання типу *“peace talks stalled”* (мирні переговори зайшли в глухий кут), *“diplomatic push”* (дипломатичні зусилля), *“calls for ceasefire”*, *“coalition of willing”* тощо.

Дипломатичний фрейм також включає тему *санкцій та міжнародної ізоляції агресора* як інструменту впливу. Наприклад, BBC у жовтні 2025 повідомляла про запровадження нових санкцій проти Росії, прив'язуючи це до безрезультатності переговорів Путіна з іншими лідерами (Osu 2019). Видання Politico і Business Insider аналізували політичні наслідки війни: як вона впливає на єдність Заходу, на внутрішні дебати у США (зокрема, питання допомоги Україні), на позиції Китаю тощо. Такі тексти часто будуються як огляд позицій різних лідерів: приміром, Al Jazeera в червні 2025 зібрала реакції світових лідерів на ескалацію між Ізраїлем та Іраном, у заголовку цитуючи оцінку “*alarming*” (тривожна). Усі ці матеріали формують у читача розуміння, що війна – це не лише бої на фронті, а і великий «геополітичний пазл», де ключові гравці (США, ЄС, ООН, сусідні держави) беруть участь, приймають рішення, висувують умови. Отже, дипломатичний фрейм показує війну у ширшому контексті міжнародної безпеки і політики, підкреслюючи пошук рішень і ціну, яку сторони платять або можуть отримати в результаті домовленостей.

Історико-експланаторний фрейм (historical/contextual frame). Окремо варто згадати матеріали, що рамкують війну через її передумови та аналогії з минулим. Західні ЗМІ часто пропонують своїй аудиторії бекграунд: пояснюють, *чому* сталася війна, які історичні територіальні спори чи етнічні конфлікти лежать в її основі. Наприклад, Reuters підготувала роз'яснювальний матеріал “*Explainer: Where is Crimea and why is it contested?*” (Reuters 2025, March 18) (Де знаходиться Крим і чому він є спірним), де розповідається про історію Криму, його анексію Росією у 2014 році і значення півострова. Подібні “*explainer*” статті розміщувались і щодо Донбасу, і щодо інших «гарячих точок» – щоб західний читач зрозумів контекст. Так само Al Jazeera в циклі “*Explained*” знайомить аудиторію з, скажімо, суттю індо-пакистанського конфлікту в Кашмірі, його колоніальним корінням. Історичні паралелі – ще один прийом: журналісти можуть називати теперішню війну найбільшою з часів Другої світової, або порівнювати облогу Маріуполя зі сталінградською битвою (за масштабом руйнувань), або ж вустами експертів проводити аналогії між діями

Росії в Україні та нацистською агресією (цим часто грішать політики, і медіа це висвітлюють). Наприклад, прес-реліз організації Socialist International (міжнародне об'єднання лівоцентристських партій) прямо назвав дії РФ *геноцидом* і зажадав трибуналу, що є відсилкою до Нюрнберга (Gelpi 2017). Хоча це і не журналістський матеріал, західні медіа цитували подібні заяви, вводячи їх у дискурс як частину морально-історичного фрейму: війна в Україні – це повторення темних сторінок історії, яке світ не має права толерувати.

Перелічені фрейми далеко не вичерпують усіх можливих рамок, але охоплюють основні смислові акценти, що домінували у висвітленні війни західними інтернет-виданнями протягом 2022–2025 років. Варто зазначити, що *кілька фреймів можуть поєднуватися в одному матеріалі*: наприклад, стаття про черговий ракетний удар може містити і бойовий аспект (що сталося, які військові цілі атаковано), і гуманітарний (скільки цивільних загинуло, історії постраждалих родин), і політичний (реакція ООН або оголошення нових санкцій у відповідь). Однак зазвичай один з ракурсів є провідним. Наш аналіз ~50 статей показав, що приблизно половина матеріалів фокусується передусім на перебігу бойових дій (конфліктний фрейм), близько чверті – на дипломатичних зусиллях та політичних заявах (мирний фрейм), приблизно 15% – на суто гуманітарних історіях (людський вимір війни), решта ~10% – це аналітичні бекграунд-матеріали чи змішані жанри.

Звичайно, реальні пропорції можуть варіювати залежно від фази війни та конкретного медіа. Так, під час великих наступів чи битв (наприклад, битва за Київ у лютому-березні 2022, або контрнаступ ЗСУ влітку 2023) частка суто військових репортажів зростала, а в періоди відносного затишшя чи активної дипломатії (наприклад, переговори про “зернову угоду” чи про обмін полоненими) збільшалося статей миротворчого спрямування. Для різних видань теж притаманна певна спеціалізація: Reuters як інформагентство тяжіє до фактологічних зведень з фронту і новин із міжнародних кабінетів (отже, багато конфліктних і дипломатичних фреймів), тоді як, скажімо, BBC чи The Guardian охочіше публікують великі репортажі про долі людей, авторські колонки з

історичними паралелями (гуманітарний та історичний фрейми). Втім, усі провідні західні медіа, як правило, дотримуються загальної лінії у трактуванні війни: вже згаданий морально-правовий консенсус (хто агресор), наголошення на драматизмі подій і співчуття до жертв, прагнення пояснити читачам складні геополітичні процеси через зрозумілі рамки.

Отже, фреймова організація концепту “war” у західному дискурсі відзначається множинністю перспектив, проте всі вони разом створюють цілісну картину: війна постає як трагічний, але осмислений феномен, де є винуватці і герої, є страждання, але є й надії на розв’язання.

2.2. Метафоричні та емоційно-оцінні моделі у висвітленні війни

Перехід від аналізу фреймів до аналізу мовних засобів є цілком природнім, адже фрейми реалізуються у тексті насамперед через лексику, метафори, тон оповіді. Цей підрозділ присвячено тому, як саме західні журналісти говорять про війну: які метафоричні образи використовують для опису бойових дій і ситуації, які слова виражають оцінки та емоції стосовно подій війни. Мова медіа відіграє велику роль у формуванні суспільного сприйняття війни – влучна метафора може надовго закарбуватися у пам’яті аудиторії і стати символом (наприклад, “залізна завіса” чи “вісь зла” свого часу), а емоційно забарвлене слово може схилити співчуття на ту чи іншу сторону. Розглянемо основні метафоричні моделі та особливості оцінної лексики у вибірці західних інтернет-публікацій про війни 2022–2025 рр.

Метафори війни в медіадискурсі. Війна – настільки масштабне і складне явище, що люди споконвіку описують її через метафори, переносні смисли з інших сфер життя. У ЗМІ такі метафори виконують декілька функцій: зробити текст образнішим і легшим для розуміння, акцентувати потрібні аспекти (через вдале порівняння), а також емоційно забарвити повідомлення. У проаналізованих англomовних статтях найчастіше зустрічаються такі типи метафор:

Війна як стихійне лихо або стихія. Конфлікти часто описують термінами, що асоціюються з природними катаклізмами – вогнем, бурею, повінню. Ми вже бачили вище приклади: регіон “ablaze from war” (палає у вогні війни), стрімкий наступ – “whirlwind advance” (наступ-вихор) (Al-Khalidi 2024). Інші варіації: “firestorm” (вогняна буря) про масований ракетний обстріл, “waves of attacks” (хвилі атак), “escalating storm of violence” (наростаюча буря насильства) тощо. Метафора вогню є особливо поширеною: в медіатекстах можна зустріти вислови на кшталт “flames of war” (полум’я війни) чи “to spark conflict” (розпалити конфлікт) – останній використав, зокрема, Reuters, описуючи інциденти, які можуть призвести до ескалації. Наприклад: “*The strike sparked tensions between the countries*” (Cornwell 2025) – удар *розпалив* напругу між країнами. Такі образи переносять акцент на стихійність, важкоконтрольованість війни, її здатність швидко розгоратися і виходити з-під контролю.

Війна як гра або спорт. В англomовному воєнному дискурсі доволі часто застосовуються ігрові метафори, особливо для опису стратегічних маневрів та політичних ходів. Наприклад, вираз “Ukraine’s play” у заголовку Business Insider: “Trump’s *Ukraine play* could free up Russia to set its ramped-up war machine on other countries” (Reuters 2025, October 24). Слово *play* (гра, хід) тут метафорично позначає політичний маневр Трампа щодо України, а вся фраза передає ідею, що цей “хід” може розв’язати руки Росії для агресії проти інших країн (образ “розкрученої воєнної машини”, про який далі). Інший приклад – термін “game-changer”, який використовують щодо якогось нового фактора, що може змінити хід війни (наприклад, постачання сучасних ракет називають “potential game-changer”). У 2025 р., коли Велика Британія та інші союзники почали передавати Україні крилаті ракети великої дальності, Reuters цитувала російських посадовців, що називали такі ракети “red line” (червоною лінією) (Al-Khalidi 2024). Фраза “red line” – теж метафора, що пішла з лексики дипломатії, означає межу допустимого. Її вживання створює враження, що постачання зброї – це хід у великій геополітичній грі, який може спричинити

новий виток конфлікту (мовляв, якщо перейти цю межу, станеться щось непоправне). До спортивних метафор можна віднести і слово “*race*” (гонка), яке з’являється в контексті технологічного протистояння: “*Ukraine in race to outfox Russian defences with drone attacks*” – «Україна змагається, щоб перехитрити російську ППО за допомогою дронів» (Smilianets 2025). Тут війна представлена як змагання розуму і навичок: український командир каже, що їхня мета – “*keep one step ahead*” (бути на крок попереду) супроти противника (Smilianets 2025). Слова “*outfox*” (перехитрити, буквально “перелисичити”) та фразеологізм “*keep one step ahead*” у цьому реченні малюють образ двох суперників у грі, де виграє хитріший і спритніший. Такі ігрові метафори роблять акцент на стратегічній інтризі війни, перетворюючи її на шахову партію чи спортивний матч у сприйнятті читача – хоча йдеться про реальні бойові дії, їх подають як інтелектуальне суперництво.

Війна як машина. Метафора машини часто використовується для опису військової потуги держави або військової бюрократії. Вираз “*war machine*” (воєнна машина) міцно увійшов у політичний лексикон. Зазвичай так називають збройні сили держави, підкреслюючи їхню потужність або ступінь мобілізації економіки під військові потреби. У наведеному вище прикладі Business Insider прямо говориться про “*Russia’s ramped-up war machine*” – «розігріту воєнну машину Росії» (Reuters 2025, October 24), маючи на увазі зростання військових зусиль РФ. Порівняння з машиною імплікує механічну, невпинну силу, яка діє цілеспрямовано. Інший схожий термін – “*military juggernaut*” (військовий джагернаут) – зустрічається в аналітичних статтях, описуючи російську армію або, наприклад, військову машину НАТО. Слово *juggernaut* означає непереборну руйнівну силу, буквально – великий важкий віз зі індійського культу, що котиться і все трощить. Коли ЗМІ називають чийось армію “джагернаутом”, це метафорично передає її міць і нестримність. Нерідко медіа антропоморфізують таку “машину”: мовиться, що вона “*gears up*” (набирає оберти), “*grinds on*” (меле далі – про затяжну війну). Наприклад, заголовок Reuters: “*Congo’s stand-up comics take aim at country’s grinding war*” (Reuters

2025, October 7) – «Конголезькі коміки висміюють свою затяжну, *шліфуючу* країну війну». Тут слово *grinding* (букв. шліфуючий, той що повільно перемелює) описує війну як виснажливий механізм, що довго триває і вимотує країну. Такі описи створюють відчуття, що війна – це безжальна машина або конвеєр смерті, який важко зупинити.

Війна як хвороба. Хоча такі образи трапляються рідше, у медійному дискурсі все ж присутні метафори з області хвороб, отрут і патологій. Агресію можуть порівнювати з раковою пухлиною, що роз’їдає світовий порядок, або з небезпечними вірусами, які поширюються неконтрольовано. Так, у репортажі з Києва війна описується як «чума» з характерними «побічними ефектами смерті й руйнування» – метафора “the plague of war” підкреслює всепроникність конфлікту, його хронічну, деструктивну природу та неможливість втечі від його наслідків (Burridge 2022). Інший приклад – вислів Папи Франциска, який називає війну «раком, що пожирає все довкола». У цьому випадку метафора “war is a cancer” акцентує на самопідживлюванні насильства, його здатності розростатися та вражати щораз більші сфери суспільного життя (Francis 2022). Обидва приклади демонструють, як медійні та політичні тексти концептуалізують війну як патологічний процес, що руйнує «організм» суспільства та отруює глобальну безпеку.

Людська метафорика (персоніфікація війни). Ще один прийом – наділення війни рисами живої істоти. Часто кажуть: “war rages” (війна лютує) – дієслово *rage* зазвичай вживають про емоцію гніву або неконтрольований процес (пожежа лютує). В англійських новинах доволі звичною є фраза: “Fighting rages around X” – «Бої вирують довкола (такого-то міста)» (DeJong 2025). Слово *rage* тут метафорично наділяє бої якістю нестримного гніву, підкреслює їх інтенсивність. Іноді війні дають і більше людські риси: кажуть, що вона “takes its toll” (збирає свою данину – про втрати), “looms” (маячить на горизонті, загрожує). У заголовках аналітичних матеріалів можна побачити драматичні образи на кшталт: “Europe is at war” – «Європа у стані війни» (цей заголовок апелює і до буквального, і до метафоричного сенсу – маючи на увазі

єдність Європи проти агресора). Персоніфікація війни допомагає авторам передати атмосферу – ніби війна це зло, що нависло над світом і живе своїм життям, або стихія, яку треба вгамувати.

Емоційно-оцінна лексика у висвітленні війни. Західна журналістика традиційно декларує стандарти об'єктивності та нейтральності новинної подачі. Це означає уникнення відверто оціночних суджень від імені репортера, надання переваги фактам і цитатам. Однак у практиці висвітлення екстремальних подій – таких як війна – повністю беземоційно писати майже неможливо. Уже сам добір фактів (скажімо, згадати про гуманітарну катастрофу чи ні) є проявом певного ставлення. До того ж, як ми бачили, через цитати або опис обстановки все одно просочується оцінність. У текстах про війну регулярно трапляються слова з *негативною* конотацією, що формують у читача засудження агресора і співчуття жертвам. Перерахуємо основні категорії такої лексики.

Негативно забарвлені іменники: *atrocities* (звірство), *massacre* (різанина), *aggression* (агресія), *invasion* (вторгнення), *onslaught* (навала, масований натиск), *terror* (терор). Ці слова не нейтральні за змістом – вони уже містять осуд або страх. Наприклад, коли The Guardian чи BBC пишуть про “*atrocities committed by Russian forces*” (звірства, скоєні російськими військами), або Reuters вживає “*unprovoked invasion*” (невиправдане вторгнення), то хоч формально це можна подати як констатацію, по суті аудиторії нав'язується негативна моральна оцінка дій агресора. В нашому корпусі чимало прикладів: прес-реліз Socialist International відкрито називає дії РФ “*war crimes*” (воєнними злочинами) і “*crimes against humanity*”(Gelpi 2017); статті AP та Reuters щодо обстрілів цивільних вживають слово “*massacre*” (особливо описуючи драматичні епізоди, як-от напад на вокзал Краматорська чи різанину в Бучі у 2022). Така лексика налаштовує читача на однозначне сприйняття: те, що відбувається – жахливо і неприпустимо.

Негативно забарвлені прикметники: *deadly* (смертоносний), *bloody* (кривавий), *brutal* (брутальний, жорстокий), *ruthless* (безжальний), *devastating* (спустошливий), *indiscriminate* (невибірково – про обстріли). Їх вживання

посилює емоційний вплив повідомлення. Практично кожен матеріал про черговий ракетний удар чи бій містить хоча б один такий епітет. Наприклад: BBC: “*a brutal missile strike on a civilian shelter*” (жорстокий ракетний удар по цивільному укриттю); Reuters: “*a deadly drone attack killed at least 6*” (смертоносна атака дрона вбила щонайменше 6 осіб) (Reuters 2025, June 5); AP: “*fighting rages around eastern Congo’s key city*” (бої лютують навколо ключового міста на сході Конго) (DeJong 2025) – тут *key city* підкреслює важливість, а *rage* як ми згадали – інтенсивність. Часто використовуються цитати з такими словами, щоб зберегти видимість нейтральності: наприклад, “*UN officials condemned the bombing as ‘barbaric’*” (Reuters 2024, December 31) – чиновники ООН засудили бомбардування як “варварське” (сам журналіст ніби не говорить від себе, але цей епітет потрапляє в текст і виконує свою роль). Слово “*alarming*” (тривожний) – м’якше за значенням, але теж передає оцінку – з’явилося в заголовках про обстріли Ізраїлю та Ірану: “*World leaders weigh in on ‘alarming’ Israel-Iran strikes*” (Reuters 2024, December 31).

Лексика співчуття і гуманності: *tragic* (трагічний), *heartbreaking* (те, що крає серце), *innocent civilians* (невинні цивільні), *victims* (жертви – дуже часто щодо цивільних), *families torn apart*, *suffering*, *trauma* тощо. Такі слова мають на меті викликати емпатію. У медіарепортажах часто героями стають “невинні жертви” – діти, жінки, старі – і самі ці позначення (дитина, мати, бабуся) в контексті воєнних подій вже несуть емоційний заряд. Наприклад, BBC News Україна у статті про санкції проти РФ починає з того, як війна впливає на життя простих українців, згадуючи зруйновані будинки, замучених родичів – ці деталі не стільки додають нової інформації, скільки підсилюють моральну оцінку подій.

Риторика героїзму та стійкості: з іншого боку, щодо оборонців і союзників вживаються позитивно забарвлені слова: *brave* (хоробрий), *resilient* (стійкий), *heroic defenders*, *liberate* (звільняти – на позначення дій українських сил щодо окупованих територій, на противагу рос. “захватывать” – захоплювати). У західних медіа помітна тенденція підкреслювати мужність

українців: їх часто цитують із виразами на кшталт “we will never surrender” (ми ніколи не здамося). Так само для союзників: коли повідомляється про постачання Україні ППО чи іншої допомоги, то це подається з акцентом на солідарності, справедливості. Наприклад, “*international community rallies to support Ukraine’s fight for freedom*” (Reuters 2024, February 24) – міжнародна спільнота об’єднується, щоб підтримати боротьбу України за свободу (кліше, яке часто варіюється у промовах, а отже потрапляє і в медіа).

Загалом, західний медіадискурс про війну помітно схиляється до *емоційної поляризації*: війна описується водночас і в трагічних, і в героїчних тонах. Це не сухий виклад подій, а певна *нарративна драма*, де є злі сили (агресори, терористи), що чинять жахливі злочини, і є сили добра (захисники, миротворці, жертви, що потребують допомоги), які страждають, але викликають захоплення своєю мужністю. Така картина значною мірою є результатом добору слів та метафор, проаналізованих вище. Зауважимо, що це не обов’язково продукт свідомої пропаганди – багато журналістів щиро переймаються гуманістичними цінностями і відображають їх у своїх текстах. Дослідники медіа маніпуляцій, утім, звертають увагу, що активація етичних концептів і “мова емоцій” можуть цілеспрямовано використовуватися для впливу на масову свідомість (Antropova 2019). Військовий дискурс рясніє словами як “terror”, “victim”, “freedom”, “security”, що апелюють до базових почуттів страху, жалю, справедливості. У нашому аналізі ми бачимо підтвердження цьому: хоч як прагнуть інформаційні агентства бути нейтральними, *лексика їхніх повідомлень об’єктивно не нейтральна*. Окремі слова і фрази задають емоційний фон.

Для наочності наведемо кілька показових прикладів мовних зворотів зі статей та їх функцію:

“*rule with an iron rod*” – «правити залізною рукою»: метафора жорстокої влади (використано BBC для характеристики режиму ХАМАС у Газі). Формує негативний образ влади, що виправдовує повалення такої влади.

“ramped-up war machine” – «розкручена воєнна машина»: метафора мілітаризації (Business Insider про російську армію). Вказує на зрослу загрозу, мобілізацію сил агресора.

“freeze the war” – «заморозити війну»: метафора, що перетворює війну на процес, який можна *призупинити* (Al Jazeera про план Трампа). Дає надію на збереження життів, але й натякає на *консервацію* проблеми.

“outfox the enemy” – «перехитрити ворога-лиса»: метафора війни як гри розуму (Reuters про дрони). Підкреслює кмітливість, технологічність підходу українців.

“lightning assault”, *“whirlwind advance”* – «блискавичний штурм», «стрімкий вихор-наступ» (Reuters про наступ повстанців у Сирії). Підкреслює швидкість, раптовість успіхів на полі бою.

“grinding war” – «війна, що перемелює / затяжна»: метафора виснаження (Reuters про війну в Конго). Акцентує довготривалі страждання, втому.

“deliberately used starvation... as a tactic” – «навмисно використовували голод як тактику» (Reuters про облогу Маріуполя). Дуже сильний емоційно заряджений вислів: звинувачення в цинічній жорстокості, що викликає обурення.

“horrific cases where elderly people died in their own apartments from lack of water” – «жахливі випадки, коли літні люди помирали у власних квартирах від спраги» (там само про Маріуполь). Використання слова *horrific* (жахливий) і конкретної сцени смерті – викликає шок і співчуття, посилює негативне ставлення до винуватців.

“brutal aggression”, *“unprovoked attack”* – «брутальна агресія», «непровокований напад»: сталі сполучення, яке зустрічається в багатьох заявах західних лідерів і відлунює в медіа. Воно комбінує юридичну оцінку (невиправданість) з емоційною (жорстокість).

“coalition of the willing” – «коаліція охочих (допомогти)»: фраза, що з’явилася ще за часів війни в Іраку 2003, але у 2022–25 її використовують щодо групи країн, готових надати зброю Україні поза рамками ООН чи НАТО.

Нейтральна на перший погляд, ця фраза має позитивне забарвлення співпраці добровольців заради правої справи (англ. willing – ті, хто добра воля). Reuters пише: *“Zelenskiy asks coalition of willing for deep-strike weapons”* (Reuters 2025, October 24) – Зеленський звертається до коаліції охочих по далекобійну зброю. Це натякає на згуртованість союзників України.

З наведених прикладів видно, що мова західних медіа балансує між інформуванням і впливом. З одного боку, журналісти передають факти і цитати, з іншого – використання метафор і оцінної лексики задає певну інтерпретацію цим фактам. В результаті картина війни виходить емоційно насиченою, з чіткими моральними акцентами. Такий стиль цілком відповідає когнітивно-дискурсивній природі медіатексту: як зазначає дослідниця В. Антропова, сучасна журналістика перетворюється на “індустрію смислів”, яка *конструює фрагменти реальності* і насичує соціальний простір значеннями (Antroпова 2019). У випадку воєнного дискурсу це означає, що ЗМІ не просто віддзеркалюють хід війни, але й активно формують суспільне ставлення до неї – через добір фреймів, метафор та емоційно забарвлених компонентів.

Узагальнення аналізу метафоричних і емоційно-оцінних моделей показує, що саме ці мовні засоби визначають спосіб концептуалізації війни у західному медіадискурсі. Метафори стихії, гри, механізму чи хвороби структурують уявлення про природу конфлікту, надають йому зрозумілих для аудиторії смислових рамок і задають інтерпретаційний вектор. Емоційно забарвлена лексика формує чуттєвий фон сприйняття, підсилює моральну оцінку подій і сприяє поляризації образів сторін. Сукупність цих засобів забезпечує не лише образність викладу, а й вплив на когнітивні та емоційні реакції читача, визначаючи його ставлення до війни.

Висновок до Розділу 2

Фреймова організація концепту “WAR” у західному медіадискурсі вибудовується через кілька ключових інтерпретаційних рамок, що структурують смисли. Медіа формують опозицію агресії та оборони – нападник засуджується, жертва викликає підтримку. Поширеним є бойове трактування подій, у якому війна подається як послідовність атак, маневрів і територіальних змін. Така подача посилює відчуття динаміки та допомагає аудиторії відстежувати перебіг бойових дій.

Гуманітарна перспектива зосереджена на стражданнях цивільних, руйнуванні інфраструктури та нестачі ресурсів, що надає висвітленню війни емоційної глибини та робить підтримку України морально логічною. Паралельно функціонує дипломатично-політичний ракурс – війна розглядається як міжнародна проблема, де важливу роль відіграють перемовини, санкції, коаліції та рішення глобальних акторів. Такий підхід підкреслює глобальну значущість конфлікту.

Історико-контекстуальне осмислення вписує сучасну війну в ширші історичні процеси, порівнює її з попередніми конфліктами та показує глибинні передумови. Це поглиблює розуміння причин і потенційних наслідків протистояння. Усі рамки разом створюють комплексне бачення війни, де поєднуються моральна оцінка, емоційність, геополітичний вимір та історична тяглість.

Метафоричні й емоційно-оцінні моделі важливі для формування сприйняття війни: медіа активно застосовують образні вирази, що роблять події зрозумілішими та містять приховані оцінки (війна як стихія, гра, машина чи зло). Поряд із цим використовується емоційно забарвлена лексика – від осуду агресії до співчуття жертвам і схвалення героїзму. Такі моделі підсилюють потрібні смисли, роблять повідомлення резонансними й сприяють підтримці позиції медіа. Мова стає інструментом формування інтерпретаційного поля та засобом дискурсивного впливу в конкурентній медіасфері.

РОЗДІЛ 3. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЛІНГВОКОГНІТИВНИХ СТРАТЕГІЙ У ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ТИПУ МЕДІА ТА ГЕОПОЛІТИЧНОГО КОНТЕКСТУ

3.1. Стратегії фреймінгу та смислової побудови у британських, американських та європейських ЗМІ

Висвітлення війни у західних інтернет-медіа характеризується спільною оцінкою агресії як неспровокованої та недопустимої, проте способи подачі матеріалу, вибір лексики і ракурси інформування можуть суттєво відрізнятися залежно від країни походження медіа та ширшого геополітичного контексту. У цьому розділі проведено порівняльний аналіз лінгвокогнітивних стратегій – тобто мовних засобів і когнітивних рамок, які використовують журналісти для фреймінгу (обрамлення) подій та конструювання їхнього смислу – у британських, американських та англomовних європейських інтернет-ЗМІ. Аналіз охоплює провідні новинні ресурси: британські (переважно інформаційна агенція *Reuters* та інші), американські (CNN, ABC News, *Newsweek* тощо) та європейські англomовні (наприклад, *Euronews*, *Politico Europe*). Розглядаються особливості заголовків, манера викладу, вибір фактів і цитат, а також лексико-стилістичні прийоми, за допомогою яких формуються наративи про війну. Важливу роль відіграють також контекстуальні фактори: тип війни (повномасштабне вторгнення в Україну чи локальні конфлікти в інших регіонах), ступінь залученості країни походження медіа у конфлікт (пряма чи опосередкована участь, членство в НАТО тощо), а також аудиторія, на яку орієнтується медіа.

Британські інтернет-ЗМІ, насамперед *Reuters* та провідні видання Великої Британії, дотримуються фактичного, нейтрального й стриманого стилю висвітлення війни. Новини будуються на чіткій подачі подій через ключові дані – хто, що, де і коли, без емоційних оцінок у власному тексті. Заголовки на кшталт “Six killed, 80 wounded in intense Russian air attacks on Ukraine” (*Reuters*

2025, June 5) акцентують масштаби атаки через цифри, дозволяючи фактам говорити самотійно. Усередині матеріалу інформація подається лаконічно: місце й час удару, коментарі українських посадовців і позиція російської сторони. Такий підхід реалізує фреймування через факти: кількість жертв, типи озброєння та масштаби руйнувань формують у читача розуміння події без прямих оцінок.

Характерною є й стратегія багатостороннього висвітлення. Агенційні новини включають позиції різних акторів – української влади, ДСНС, російського Міноборони, іноземних політиків. Reuters подає навіть суперечливі висловлювання, дотримуючись нейтральної подачі: читач сам робить висновки, порівнюючи голоси. Прийом багатоголосся посилює достовірність і підкреслює контраст між заявами сторін – наприклад, між російськими твердженнями про «удари у відповідь» та фактами загибелі рятувальників.

Лексика британських медіа переважно нейтральна: “attack”, “military strike”, “conflict”. Емоційні характеристики зазвичай подаються у цитатах очевидців чи політичних лідерів. Так, слова польського прем’єра про “Russian barbarism” або визначення “audacious attack” у Reuters подаються як прямі висловлювання, а не інтерпретація журналіста. Цитування стає основним засобом передачі емоційної тональності без порушення балансу.

Британські видання активно застосовують контекстуалізацію: додають історичні та правові довідки, пояснюють причини подій і міжнародно-правові аспекти. Матеріал Reuters “*Where is Crimea and why is it contested?*” (2025) показовий – він вписує події у ширший геополітичний контекст, допомагаючи читачеві зрозуміти смисли конфлікту.

Хоч британські медіа підтримують Україну як сторону, що зазнала агресії, вони роблять це здебільшого через добір фактів і цитат. Заголовки на кшталт “*Russians used starvation as method of warfare in Mariupol, experts say*” (van den Berg 2024) або “*U.N. body issues damning report on Israeli attacks...*” (Reuters 2025, October 24) містять оцінність, однак вона виходить від авторитетних інституцій, а не від журналіста. Така стратегія формує моральні висновки,

водночас зберігаючи формальну нейтральність. Загалом британський стиль – інформаційно-аналітичний: факти, кількісні показники, цитати та контекст вибудовують стриману, але багатовимірну картину, що підсилює довіру аудиторії.

Американські інтернет-медіа вирізняються більш емоційною та образною подачею новин про війну. Попри наявність базових фактів, журналісти США (CNN, ABC News, The New York Times, Newsweek, Washington Post) часто вибудовують опис подій як історію – з підсиленою драматичністю, деталями та виразними образами. Поширений акцент на *human interest* – людському вимірі війни та долях окремих учасників. Для цього активно застосовуються метафори, детальні описи та візуальні елементи, що створюють ефект присутності читача на місці подій.

Показовим є матеріал CNN про бої на сході України, який починається описом туманної сцени з військовими на мотоциклах та мопедах (Kottasová 2025). Такий вступ одразу задає атмосферу драматичності, формуючи емоційний відгук завдяки метафорам і деталям. Згодом CNN пояснює тактичне значення цих образів – тобто емоційно забарвлений початок переходить у аналітичний виклад. Це типова стратегія американських медіа: увагу читача захоплює яскравий образ, після чого подається пояснення явища у ширшому контексті.

Американські ЗМІ регулярно використовують метафори як змістові маркери війни. Вираз “meat grinder” став утіленням кривавих боїв під Бахмутом і був винесений CNN у заголовок про зміну російської тактики – “*From meat grinder to mopeds*” (Kottasová 2025). Поєднання контрастних образів підкреслює еволюцію подій. Інший приклад – “*The fog of war: Changing weather becomes a new player...*” (Lister 2025), де погоду персоніфіковано як чинник, що впливає на перебіг бойових дій. Такі заголовки працюють як засоби фреймування: через образ подається нове бачення події та її факторів.

Американські медіа приділяють значну увагу людським історіям і переживанням. Матеріал ABC News “*Returning to Kyiv amid war: Reporter’s*

notebook” (Burridge 2022) подає події через відчуття кореспондента, що посилює емпатію читачів. Подібні тексти містять елементи суб’єктивного досвіду – опис міста, сирен, настроїв людей – що створює особистісний фрейм і допомагає аудиторії краще зрозуміти емоційну реальність війни. Навіть статистичні матеріали, як-от стаття Newsweek про кількість жертв (DeJong 2025), супроводжуються поясненням гуманітарної складності питання, підкреслюючи масштаб трагедії.

Важливою рисою є й геополітичний ракурс США. Для американської преси війна в Україні – частина ширшого глобального протистояння. У новинах часто фігурують заяви Білого дому, Пентагону або політиків щодо підтримки України. CNN, висвітлюючи завершення дії ядерного договору, подає тему через риторику Трампа і Путіна (Atwood 2025), наголошуючи на ризиках для світової безпеки. Інші матеріали аналізують вплив рішень США на перебіг війни, як-от публікації Al Jazeera English або CNN щодо заяв Трампа про «замороження» конфлікту (Shamim 2025). Поширене цитування американських аналітиків та військових експертів підсилює акцент на ролі США у формуванні майбутнього регіону.

Лексичний аналіз показує, що американські медіа частіше використовують емоційно марковані слова. У текстах трапляються вислови на кшталт *“brave people of Ukraine”*, *“Russian barbarism”*, *“fierce resistance”*, *“brutal onslaught”* (Reuters 2024). Такі мовні маркери формують чітку моральну опозицію – Україна як стійка сторона, Росія як агресор. Це відображає як стиль американської журналістики, так і очікування аудиторії, яка звикла до чітких моральних рамок.

Узагальнюючи, американські інтернет-медіа застосовують стратегії фреймування, що поєднують емоційний вплив і аналітичне пояснення. Через метафори, персональні історії, образні деталі та геополітичний контекст вони формують комплексне бачення війни. Такий підхід – поєднання емоційного занурення і раціонального обґрунтування – дозволяє одночасно привернути увагу аудиторії та наголосити на важливості підтримки України.

Англомовні європейські ЗМІ (Euronews, Politico Europe, Deutsche Welle English, BBC World Service тощо) поєднують риси британського фактуального стилю та елементи американської публіцистичної виразності, подаючи новини через призму європейських інтересів. Характерною є стратегія фреймінгу через безпекові та політичні наслідки для Європи – вплив війни на стабільність регіону, єдність ЄС і НАТО, міграцію та енергетичну ситуацію. Загальний стиль ближчий до стримано-аналітичного, але з акцентом на геополітичних перспективах, важливих саме для європейської аудиторії.

Платформи на кшталт Euronews дотримуються інформаційної манери. Заголовки подають факт і його значення: *“NATO raises alarm as Russia finalises nuclear-powered Burevestnik missile”* (Euronews 2025). Такий інституційний фрейм – суб’єктом є НАТО – одразу вказує на ризики для Європи. У текстах розгортається аналітичне пояснення: технічні можливості зброї, оцінки експертів, можливі загрози. Лексика спеціалізована, але журналісти додають контекст – це типова стратегія експлейнера, покликана пояснити складні безпекові питання. Європейські ЗМІ часто нагадують, чому подія важлива саме для регіону, наприклад, порівнюючи сучасні технології РФ із проєктами США минулого століття чи наводячи вислови експертів на кшталт *“like a mini Chernobyl in the sky”*.

Велика увага приділяється політиці ЄС та діям окремих європейських урядів. У новинах трапляються сюжети про пакети допомоги Україні, санкції та військові ініціативи. Наприклад, Euronews повідомляє: *“Germany to buy €150 m of weapons for Ukraine through PESCO fund”* (Urbancik 2025) – факт подано в інституційному контексті, що підкреслює колективну підтримку ЄС. Аналітичні ресурси, як-от Politico Europe, висвітлюють і труднощі: фінансове навантаження на ЄС, розбіжності між урядами, ризики “втоми від війни”. Оцінки про можливий дефіцит оборонного бюджету України до 2026 року подаються як елемент раціонального фрейму – необхідність довгострокового планування та усвідомлення реальної ціни війни.

Європейські медіа також підкреслюють міжнародні наслідки війни для ширшого регіону. Прикладом є сюжети на кшталт: “*Azerbaijan protests to Russia after Kyiv embassy damaged...*” (Vakulina 2025), де війна показана як чинник, що створює дипломатичні кризи для третіх країн. У економічних новинах, наприклад про зупинку експорту російської нафти через інциденти з дронами (Euronews 2025, November 15), акцент робиться на впливі на енергетичну стабільність Європи. Це типовий фрейм “ефекту доміно”: події в Україні викликають ланцюгові реакції, які зачіпають країни ЄС.

Стиль викладу загалом нейтральний і відсторонений, із меншою емоційністю, ніж у американських медіа. Наприклад, Euronews формулює: “*Ukraine’s Odesa forced onto backup power after overnight Russian attack – officials*” (Brennan 2025). Такий заголовок подає факт, причину та джерело. Для порівняння, американське медіа могло б драматизувати ситуацію, вказавши, що місто “поринуло в темряву”. Європейський підхід більш стриманий – емоційний ефект виникає з самої інформації.

Водночас у європейському дискурсі присутня ціннісна оцінність, особливо у висловлюваннях європейських лідерів і моральних авторитетів. Vatican News цитує Папу Франциска: “*War is a sacrilege, let us stop fuelling it!*” (Francis 2022) – сильний моральний фрейм, який у Європі має суспільний резонанс. Політичні медіа, як Politico, можуть критично аналізувати деякі заклики до “мирних ініціатив”, однак фрейм пошуку миру присутній у фоні: теми переговорів чи можливих компромісів з’являються регулярно, хоча часто подаються з різними ступенями скепсису.

У підсумку англomовні європейські ЗМІ створюють поєднання фактичної аналітики, інституційних ракурсів та геополітичних наголосів. Вони висвітлюють війну через вплив на Європу – її безпеку, ресурси та політичну згуртованість – формуючи раціональне розуміння контексту та довгострокових наслідків конфлікту.

Щодо лексико-статистичних особливостей, то аналіз частоти вживання певних слів вказує на цікаві відмінності між медіа різних регіонів. Європейські

ресурси значно частіше згадують “NATO” та пов’язані терміни, ніж американські чи навіть британські (останні зазвичай користуються скоріше формулюванням “Western allies” або згадують конкретні країни). На Рис. 3.1 наведено порівняння, як часто в зразках матеріалів згадуються слова “Russia” (Росія), “Ukraine” (Україна) та “NATO” (НАТО). Видно, що в європейському тексті, присвяченому здебільшого тематиці нової зброї РФ, слово “NATO” зустрічається найчастіше (в контексті реакції Альянсу), тоді як у британському і американському матеріалах воно майже не фігурує (Reuters 2025, October 7; Reuters 2025, June 5). Натомість “Russia” та “Ukraine” домінують у британських та американських сюжетах (особливо “Russia” у зведенні *Reuters*, де постійно говориться про російські удари) (Kottasová 2025; Shamim 2025). Це відображає різницю у фокусах: для європейського видання важливо підкреслити роль НАТО і загрозу для Європи, тоді як англо-американські медіа більше сконцентровані на двосторонньому конфлікті між Росією та Україною як такому (Див. рис. 3.1.):

Mentions of "Russia", "Ukraine", and "NATO" in sample articles

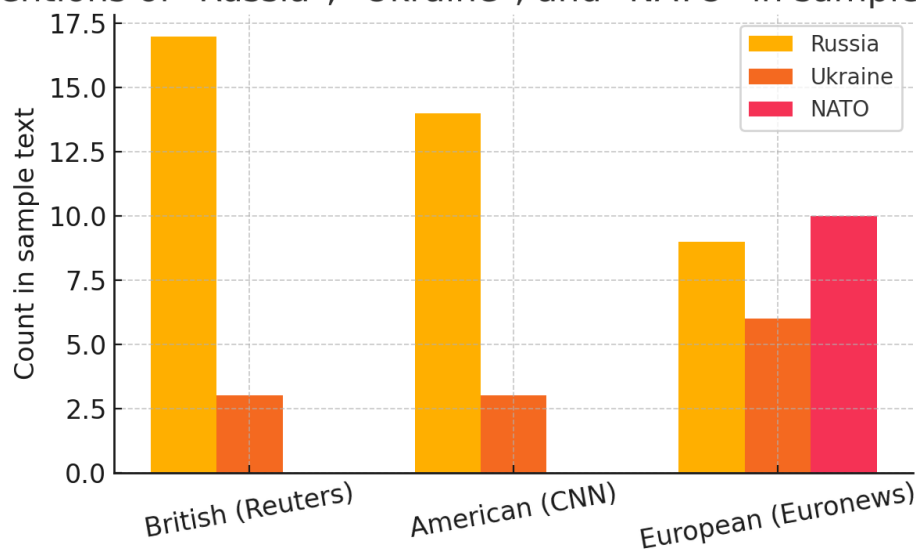


Рис. 3.1. Частота згадувань ключових слів “Russia”, “Ukraine” і “NATO” у прикладах матеріалів британського (Reuters), американського (CNN) та європейського (Euronews) медіа.

Загалом, європейські медіа прагнуть донести складні міжнародні смисли війни в Україні до своєї аудиторії, роблячи акцент на єдності та стурбованості Європи. Вони виступають своєрідним майданчиком, де війна осмислюється не лише як трагедія українського народу, а і як виклик для всієї європейської спільноти. Лінгвокогнітивні стратегії при цьому включають: інституційний фрейм (через призму НАТО, ЄС, ООН), раціонально-аналітичний тон, часте використання мови дипломатії і міжнародного права, а також наголос на цінностях – демократії, свободі, мирі – які Європа декларує. Через цю призму подаються й новини з полів бою: скажімо, успіхи України описуються не тільки як воєнні перемоги, а і як *“triumph of European values over tyranny”* (тріумф європейських цінностей над тиранією) – такі ідеологеми можна зустріти у промовах європейських політиків, які цитують медіа (Reuters 2024, February 24). Одночасно поразки або труднощі (як от затримки з постачанням зброї) фреймуються як проблеми, які Європі треба спільно вирішувати, зберігаючи солідарність. Цей фрейм солідарної відповідальності відрізняє європейський дискурс від американського, де наголос – на лідерській ролі США, і від британського – де традиційно більше уваги глобальному (імперському) баченню або власній участі. Європейські ж ЗМІ акцентують рівноправне об’єднання багатьох країн задля підтримки України, тим самим конструюючи смисл війни як випробування на міцність європейського проекту і трансатлантичного союзу.

У підсумку, порівняльний аналіз лінгвокогнітивних стратегій висвітлення війни у західних інтернет-медіа показує, що геополітичний контекст та медіатрадиції визначають форму подачі не менше, ніж сам зміст подій. Розуміння цих відмінностей важливе, оскільки воно дозволяє краще декодувати отримувані новини: усвідомлювати, які смисли можуть приховуватись за вибором слів і акцентів. Українському читачеві, який стежить за західними медіа, варто знати, що, наприклад, відсутність явних епітетів у *Reuters* не означає байдужості – це стиль, де засудження агресора звучить між рядків, через кропіткий добір фактів і цитат; навпаки, яскраві емоційні тексти *CNN* відображають не “жалість” чи сенсаційність, а цілком свідому стратегію –

торкнутися сердець і через це вплинути на громадську думку щодо підтримки України. Європейські ж огляди, навіть коли критикують повільність або розбіжності Заходу, мають на меті зміцнити рішучість європейців довести справу до кінця, бо розуміють ставку війни в широкому цивілізаційному сенсі. Таким чином, різні голоси західної преси, кожен своїм стилем, сплітаються у єдиний хор, що протидіє російській агресії на інформаційному фронті, формуючи у мільйонів читачів по всьому світу розуміння того, *хто є хто* у цій війні і чому вона має значення для кожного з них.

3.2. Маніпулятивні та легітимувальні стратегії у новинному та аналітичному жанрі

У висвітленні війни західні медіа активно застосовують різні маніпулятивні та легітимувальні стратегії для формування суспільного сприйняття подій. *Маніпулятивні стратегії* – це лінгвістичні прийоми і способи подачі матеріалу, що непомітно впливають на емоції або думки аудиторії, виходячи за рамки простого інформування. Натомість *стратегії легітимації* покликані обґрунтувати, нормалізувати чи виправдати певні дії, політичні рішення або позиції, подаючи їх як належні та необхідні. Насправді ці дві групи стратегій часто переплітаються. Західні інтернет-медіа – як британські, так і американські та англомовні європейські – загалом займають проукраїнську, антивоєнну позицію щодо російського вторгнення в Україну 2022 року, проте все одно задіюють згадані прийоми і в стрічкових новинах, і в аналітичних матеріалах. Це гарантує, що вони не лише інформують аудиторію, а й формують зміст повідомлення відповідно до демократичних цінностей та редакційних поглядів.

Характерно, що західні медіа від самого початку схильні подавати цю війну в етичній дихотомії: Росія – агресор, Україна – жертва, яка захищається. Така рамка (frame) простежується в риторичі повідомлень. Західна преса уже на ранньому етапі охарактеризувала Україну як *«безпомічну жертву російської*

агресії» у протистоянні «непровокованому нападу». Цей прийом одразу легітимує боротьбу України і підтримку Заходу, задаючи чітку схему протиставлення агресора і жертви. Паралельно створюється тло для маніпулятивного апелювання до емоцій – співчуття стражданням українців та обурення діями росіян. Нижче ми розглянемо, як саме маніпулятивні та легітимувальні стратегії реалізуються у двох ключових жанрах журналістики: новинних репортажах та аналітичних статтях, – на прикладі британських (*Reuters, BBC*), американських (*CNN, ABC News, Newsweek*) та європейських англomовних медіа (*Euronews, Politico Europe, Al Jazeera English*).

Стратегії маніпуляції та легітимації у новинних повідомленнях.

Новинні матеріали прагнуть виглядати об'єктивними, однак добір слів, зображень і цитат в них часто має потужний маніпулятивний та легітимувальний ефект. Західні репортажі про війну широко використовують емоційно забарвлену лексику, вибіркоче акцентування деталей та атрибуцію (посилання на авторитетні джерела) як інструменти тонкого впливу на читачів.

Емоційна лексика та образність. Заголовки і передовиці новин регулярно підкреслюють страждання людей або драматизм подій, щоби привернути увагу та викликати співпереживання. Так, агентство Reuters подало новину заголовком: *«Six killed, 80 wounded in intense Russian air attacks on Ukraine»* – *«Шестеро загинуло, 80 поранених внаслідок масованих російських повітряних ударів по Україні»*, – одразу наголошуючи на людських втратах і масштабності обстрілу (Reuters 2025). Подібно, в матеріалі ABC News заголовок повідомляє: *“Ukraine’s Odesa forced onto backup power after overnight Russian attack: Officials”* – *«В Одесі після нічної атаки росіян об’єкти життєзабезпечення переведені на резервне електроживлення»*, – акцентуючи, що російський удар залишив цивільне місто без нормального струму (Brennan 2025). Така мовна подача піддає російські атаки осуду, адже наголошує на їхньому впливі на *«life-support facilities and critical infrastructure»* – об’єкти життєзабезпечення, критичну інфраструктуру (Brennan 2025). Тим самим аудиторію схиляють до думки, що удари росіян негуманні і *навмисно*

спрямовані на шкоду мирному населенню. Дійсно, у згаданому репортажі ABC наводиться пряма цитата українського посадовця: *“The enemy continues to deliberately strike civilian infrastructure in the southern part of the Odesa region”* – «Ворог і далі навмисно б’є по об’єктах цивільної інфраструктури на півдні Одещини» (Brennan 2025). Включення подібної цитати – це стратегічний хід: читач як би запрошується розділити моральне обурення мовця, що **легітимує** заклики України посилити ППО і допомогу з Заходу.

Вибір позначень для сторін конфлікту. Західні новинні медіа надають учасникам війни певні «ярлики», задаючи рамку сприйняття. Висвітлюючи громадянську війну в Сирії, Reuters називає антиурядові сили нейтрально – “rebels” (повстанці), але додає важливу деталь про одну з груп: вона *“formerly an al Qaeda affiliate”* – «раніше була пов’язана з “Аль-Каїдою”» (Al-Khalidi 2024). Таким чином медіа непрямо **легітимують** позицію сирійського уряду, який клеймує цих повстанців як екстремістів, і непомітно впливають на читача, щоб той менше симпатизував «бойовикам». Натомість українських військових у західних ЗМІ зазвичай називають нейтрально – “Ukrainian forces” чи навіть позитивно “defenders” (захисники), тоді як російські війська найчастіше отримують негативні епітети або чітко пов’язуються з наказами Путіна (тобто персоніфікується відповідальність агресії). В репортажах CNN з передової нерідко зустрічаються емоційні метафори на адресу російської тактики. Приміром, українці охрестили фронтові штурми окупантів «м’ясорубкою», і CNN без застережень передає цей образ: описуючи російські атаки хвилями, журналісти кажуть про *“so-called ‘meat grinder’ assaults”*, коли *“waves of Russian troops”* штурмували укріплення під шквальним вогнем (Kottasová 2025). Метафора “meat grinder” (м’ясорубка) викликає у читача шокуючу картину безглузлого кровопускання, тим самим **маніпулюючи** його емоціями – російська стратегія постає варварською, люди для неї просто м’ясо. Одночасно цей же образ **легітимує** український опір: адже попри такі нелюдські тактики противника українці вистояли, а отже, їхня мужність заслуговує підтримки.

Акцент на стражданнях цивільних порівняно з фокусом на військових цілях. Поширена стратегія – висвітлювати шкоду, яку завдає одна сторона цивільному населенню, протиставляючи її тому, що удари іншої сторони спрямовані на легітимні військові об’єкти. Західні повідомлення незмінно наголошують на жертвах серед українських цивільних і гуманітарних бідах від російських атак, чим викликають співчуття до України. Для прикладу, згаданий матеріал ABC News про Одесу показує фото пожежників серед руїн і підкреслює: *“fortunately, there were no casualties”* – «на щастя, жертв немає» (Brennan 2025), – тобто наголос зроблено одночасно і на небезпеці для мирних мешканців, і на полегшенні, що цього разу їх вберегли. Натомість коли Україна завдає ударів у відповідь по російських об’єктах, медіа роблять акцент на військовій або стратегічній цінності цих цілей. Так, Euronews повідомило про удар українського дрона по порту Новоросійськ під заголовком: Росія *“тимчасово зупинила близько 2% свого глобального експорту нафти”* через ураження важливого нафтового терміналу (Euronews 2025). У тексті уточнюється, що цей термінал уражено *“внаслідок української атаки”*, а українські посадовці заявляють: нафтова інфраструктура – *“legitimate military target... as (it helps) fund Russia’s war on Ukraine”* – «легітимна воєнна ціль, оскільки фінансує російську війну проти України» (Euronews 2025). Ретранслюючи обґрунтування Києва, медіа легітимують український удар як правомірну воєнну акцію, негласно протиставляючи його невибірковим російським обстрілам українських міст. Ба більше, у тому ж репортажі Euronews одразу нагадує читачам: *“meanwhile, Russia is hitting residential buildings and energy infrastructure”* – «тим часом Росія б’є по житлових будинках та енергетиці» (Euronews 2025). Таке зіставлення в одному матеріалі маніпулятивно підводить аудиторію до моральної оцінки: Україна б’є по паливах (законна ціль), а Росія – по будинках (злочинна тактика). Висновок однозначний: дії України легітимні й точкові, дії Росії – нелегітимні, жорстокі й варварські.

Апелювання до авторитетів та союзників. Ще один прийом легітимації у новинах – надання слова впливовим акторам (лідерам держав, міжнародним організаціям, папі Римському тощо), чії заяви фактично узаконюють певне трактування подій. Наприклад, у першу річницю широкомасштабного вторгнення Reuters зібрало заяви, підкреслюючи, що *“world leaders offer support to Ukraine”* – *«лідери світу висловлюють підтримку Україні»* (Reuters 2024b). Наводячи вислови низки західних глав держав про солідарність та обіцянки допомоги, медіа створює враження єдиного глобального фронту підтримки, що легітимізує українську боротьбу на міжнародному рівні. Так само західні джерела відзначають, коли навіть країни поза «колективним Заходом» засуджують певні дії агресора. Зокрема, Euronews повідомило, що Азербайджан офіційно висловив протест Москві після того, як російська ракета пошкодила будівлю його посольства в Києві (Vakulina 2025). Висвітлення такого факту демонструє: дії Росії обурюють не лише Захід, але й нейтральні чи навіть номінально лояльні до неї країни. Це підсилює відчуття дипломатичної ізоляції РФ та легітимізує глобальний осуд її методів ведення війни. Крім того, західні ЗМІ часто транслюють моральні оцінки від духовних і гуманітарних авторитетів. Широкий резонанс отримали слова Папи Франциска, які наводили численні видання: *“war is a sacrilege... let us stop fuelling it!”* – *«війна – це святотатство... припинімо підживлювати її!»* (Francis 2022). Аргументуючи проти війни, Папа заявив: *“war is a monster, war is a sacrilege that wreaks havoc on what is most precious on our earth – human life”* – *«війна – чудовисько, війна – святотатство, яке нівечить найцінніше на землі – людське життя»* (Francis 2022). Транслюючи таку безапеляційну моральну оцінку, західні медіа підживлюють делегітимацію самої війни як явища. Апелювання до постаті понтифіка – потужний риторичний прийом: він формує суспільну думку, що продовжувати війну (чи “підживлювати” її постачанням зброї агресору) є гріховним діянням. Західні медіа також часто надають трибуну президенту Зеленському та іншим українським офіційним особам. Їхні заяви подаються без купюр і слугують “голосом” України перед світом. Коли, до

прикладу, Зеленський сказав, що *“Ukraine will have to find a way to produce air defences”* – «Україні доведеться шукати спосіб виробляти системи ППО» (про брак і необхідність ППО) (Reuters 2025d), Reuters винесло цю цитату в заголовок. Це не лише повідомляє читачам про нагальну потребу України, а й неявно легітимує українські прохання про допомогу: якщо Україна вже вимушено замислюється про власне виробництво, отже ситуація з захистом критична. Таким чином слова Зеленського в західних медіа виконують подвійну функцію – інформують і водночас задають рамку, що потреби України реальні і їй керівництво діє, але їм конче потрібна підтримка.

Драматизація та репортажність. Навіть у стрічкових новинах західні журналісти іноді використовують майже кінематографічні описи чи особисті нотатки, аби сильніше вплинути на уяву аудиторії. Reuters, до прикладу, описувало наступ повстанців у Сирії як *“lightning assault that has upended long-stable frontlines”* – «блискавичний наступ, що зрушив давно стабільну лінію фронту» (Al-Khalidi 2024), а втрату урядових позицій називало *“stunning Assad and his ... allies”* – «приголомило Асада та його союзників» (Al-Khalidi 2024). Подібні обороти надають тексту драматизму: читач відчуває емоційне піднесення (повстанці шокували диктатора), що маніпулятивно може викликати симпатію до «героїв»-повстанців. У висвітленні ж України західні медіа часто персоналізують історії, щоби гуманізувати конфлікт. *Reporter’s Notebook* (репортерський щоденник) від журналіста ABC Томаса Барріджа під назвою *“Returning to Kyiv amid war”* – «Повернення до Києва під час війни» – являє собою емоційну розповідь від першої особи (Burridge 2022). Автор ділиться власними переживаннями, приїхавши до міста, де колись жив: описує, як *“a child plays on a swing against the backdrop of bombed buildings”*, згадує *“blackened buildings, wounded by Russian missiles... a rusting carcass of a burnt-out tank”* вздовж дороги (Burridge 2022). Ця образна мова – «почорнілі від ракет будівлі, іржавий остов згорілого танка» – викликає у читача сум і обурення одночасно, адже наочно показує наслідки агресії. У той же час репортер відзначає прояви нормальності і стійкості: модні кав’ярні відкриті,

люди повертаються, *“the determination, ingenuity and passion of Ukrainians... is still alive and kicking today”* – «*пришучість, винахідливість і запал українців досі живі*» (Burrige 2022). Поєднуючи особисті теплі спогади з моторошними картинами війни, такий наратив **маніпулює** емоціями читача – примушує глибоко співпереживати українцям і водночас гніватися на агресора за зруйноване мирне життя. Репортер відверто зізнається: *“I never imagined that Putin would invade... it looked like an unrealistic miscalculation”* – «*Я ніколи не думав, що Путін наважиться на вторгнення... це виглядало б божевільним прорахунком*» (Burrige 2022). Така пряма мова від першої особи резонує з масовою аудиторією, яка розділяє це здивування і шок. У підсумку розповідь Барріджа виступає сильним засобом легітимації українського опору: якщо навіть західний журналіст, що знав Київ як мирне місто, тепер бачить його зраненим, але не скореним – це надихає віру в правоту і незламність України. Хай ця публікація подана як суб’єктивна колонка, її поява у воєнному медіапотоці не випадкова: особисті історії доповнюють сухі новини, підсилюючи чорно-білий моральний наратив конфлікту (героїчна Україна у протиставленні до руйнівної Росії).

Висвітлення гуманітарних ініціатив та символів надії. Західні новини приділяють увагу й позитивним, гуманістичним аспектам посеред темряви війни – це слугує для легітимації “доброго” боку конфлікту як такого, що прагне миру і цінує людське життя. Наприклад, Euronews повідомило заяву президента Зеленського про те, що Україна працює над поновленням обмінів полоненими з Росією, щоб повернути додому 1 200 українських бранців (Davalou 2025). У матеріалі наголошено: українські перемовники сподіваються, що звільнені військові *“could celebrate the New Year and Christmas holidays at home... next to their relatives”* – «*зможуть зустріти Новий рік та Різдво вдома, у колі родини*» (Davalou 2025). Висвітлення таких зусиль – коли українська влада, попри війну, дбає про своїх людей і прагне подарувати їм зустріч зі сім’ями – формує імідж України як гуманної, орієнтованої на людські цінності держави. Це легітимує українську сторону в очах світу як таку, що бореться не з ненависті, а з любові

до свого народу. Одночасно такий фокус маніпулятивно підсилює співчуття: аудиторія радіє за потенційне повернення полонених додому і ще більше симпатизує Україні як “своїй”, близькій по духу стороні.

Оприлюднення воєнних злочинів та порушень. Західні ЗМІ систематично повідомляють про випадки грубого порушення законів війни агресором, що слугує делегітимації дій цієї сторони. Інформація про воєнні злочини чи невибіркові удари широко висвітлюється, аби викликати обурення і виправдати подальший міжнародний тиск. Так, Reuters передало заяву експертів про те, що російські сили *“used starvation as a method of warfare”* – *«використовували голод як метод ведення війни»* під час облоги Маріуполя (van den Berg 2024). Винесення цього факту в новинну стрічку ще більше делегітимує російську кампанію, показуючи її не лише агресивною, а й відверто нелюдською. Подібним чином, коли Управління ООН з прав людини опублікувало *“damning report on Israeli attacks on Gaza hospitals”* – нищівний звіт щодо ударів Ізраїлю по лікарнях Гази – Reuters також оперативно це висвітлило (Reuters 2024a). В новині зазначалося, що з часу атаки Хамас 7 жовтня 2023 року ізраїльські удари *“destroyed local healthcare”* у Газі і поставили медицину на межу колапсу, що *«може свідчити про серйозні порушення міжнародного права»*. Таким чином західні медіа дають зрозуміти, що легітимність дій у війні визначається нормами гуманності: якщо навіть союзник переступає ці норми – його дії викликають осуд. Ця послідовність додає переконливості головному меседжу західного наративу: Росія однозначно винна у грубих злочинах, ми її засуджуємо *неупереджено*, адже навіть щодо своїх (Ізраїлю) чесно говоримо про “перегини”. Отже, на моральній висоті залишаються західні цінності та Україна, яка їх поділяє.

Варто зазначити, що збалансованість західного репортажу проявляється і тоді, коли йдеться про оцінки дій союзників – але така багатоголосість лише підсилює цілісний наратив. Приклад – висвітлення різкого загострення між Ізраїлем та Іраном у червні 2025 року. Reuters у матеріалі про цей інцидент відобразило позиції обох сторін (жертви серед цивільних є і в Ірані, і в Ізраїлі),

згадало заклики до стриманості від світових лідерів, а також повідомило, що президент США Дональд Трамп “*vetoed an Israeli plan to target Iran’s supreme leader*” – «заблокував план Ізраїлю щодо замаху на верховного лідера Ірану» (Cornwell, Hafezi & Holland 2025). Подібні деталі – про те, що Захід в особі США стримує ескалацію – показують Захід як відповідальну силу, що прагне запобігти розростанню конфлікту. Це легітимує роль західних держав як миротворців і контрастує з образами самих воюючих сторін, які завдають ударів.

Ще один показовий приклад – висвітлення непрямой участі США у бойових діях. Коли у листопаді 2025-го США провели низку ударів по нарко-картелям у Карибському басейні (операція “*Southern Spear*”), Euronews хоча і навело пояснення Пентагону про боротьбу з наркотрафіком, проте дало слово і іншій стороні – Венесуелі, уряд якої назвав цю операцію “*a pretext for intervention*” – «приводом для інтервенції» (Maturana 2025). Ба більше, Euronews процитувало емоційну заяву президента Мадуро, що закликав народ готуватися до опору і звернувся до простих американців: “*Stop the crazed hand of those who order bombing, killing and war in South America... Do we want another Gaza now in South America?*” – «Зупиніть безумців, що віддають накази бомбити, вбивати й розв’язувати війну в Південній Америці... Невже хочете влаштувати у нас другу Газу?» (Maturana 2025). Така різка критика на адресу США спеціально наводиться, аби забезпечити видимість балансу та об’єктивності – Західні ЗМІ показують, що чують навіть голос свого противника. Однак в контексті війни в Україні це грає на руку західному наративу: медіа демонструють принциповість і чесність, мовляв “ми критикуємо навіть самих себе, коли неправі”, тож тим більше виправдана наша різка критика Росії. Ця *balanced critique* зрештою зміцнює довіру аудиторії до медіа і робить їхні основні меседжі – про правоту України і злочинність дій РФ – ще переконливішими.

Отже, у жанрі новин західні медіа майстерно поєднують інформаційну подачу з елементами, що направляють інтерпретацію публіки в потрібному руслі. Сукупний ефект новинного потоку: аудиторії постає чітка картина, де

Україна та її союзники чинять справедливий опір і потребують підтримки, а дії противника (чи то російські ракети по містах, чи сирійські бочки з вибухівкою, чи навіть ізраїльські обстріли лікарень) однозначно засуджуються як неприйнятні. Маніпулятивні техніки – емоційні історії, яскраві епітети, шокуючі образи – покликані винести на передній план гуманітарний вимір війни і викликати у публіки емпатію та обурення. Паралельно стратегії легітимації – точні цитати впливових осіб, нагадування правових норм, відсилки до моральних авторитетів – закріплюють наратив про виправданість оборонних дій України і згуртованість міжнародної спільноти проти агресора.

3.2. Стратегії маніпуляції та легітимації в аналітичних і публіцистичних жанрах

Окрім оперативних новин, західні медіа публікують аналітичні статті, огляди, авторські колонки, де іще відвертіше інтерпретують події та розкладають їх по полицях для читача. У цих жанрах журналісти мають більше свободи для вираження думок, використання яскравих метафор і формулювання висновків – а отже, маніпулятивні й легітимувальні стратегії часто проявляються ще помітніше.

Використання метафор і яскравих образів є поширеним прийомом аналітичних матеріалів, що дозволяє водночас пояснювати ситуацію й задавати оцінку. Показовий приклад – стаття CNN *“From meat grinder to mopeds: How Russia rethought its war-fighting in Ukraine”* (Kottasová, Gak & Butenko 2025), де вже сама назва поєднує контрастні образи: моторошну “м’ясорубку”, що натякає на величезні втрати РФ, і “мопеди”, які символізують вимушені тактичні імпровізації. Такий прийом демонструє еволюцію російських дій – від кривавих лобових штурмів до хаотичного використання легких транспортних засобів. Опис російських солдатів, що *“emerge from thick fog on ramshackle vehicles... motorcycles and mopeds”*, створює постапокаліптичну картину виснаженої й деградованої армії. Мовні засоби CNN формують враження, що

Росія втрачає ресурсність і намагається підтримувати наступ за будь-яку ціну: Путін “*seems prepared to pay almost any price*” за символічну перемогу. Це підсилює моральний контраст – українці захищають свою територію, тоді як російське командування марнує людські життя. Через метафори та виразні образи аналітика CNN не лише інформує про зміну тактики, а й підкреслює, що перебіг війни стає для Росії дедалі не вигіднішим, тоді як український спротив виявляється ефективним.

Підкріплення фактів даними й думками експертів є ключовою легітимувальною стратегією аналітичних медіа: посилання на розвідку, міжнародні інституції, аналітичні центри створює враження об’єктивності. У великому огляді Newsweek “*How Many People Have Died in the Russia-Ukraine War?*” Дж. ДеЙонг наводить оцінку, що загальна кількість убитих і поранених у війні може наближатися до мільйона, описуючи втрати як “*staggering*” – приголомшливі (DeJong 2025). Далі подано конкретні джерела: дані Wall Street Journal про приблизно мільйон сукупних втрат обох сторін, інформацію української розвідки про 80 тисяч загиблих військових та оцінку Міжнародного інституту стратегічних досліджень щодо понад 800 тисяч убитих і важко поранених російських солдатів. Такі цифри шокують і формують у читача уявлення про катастрофічну ціну вторгнення. Хоч тон статті стриманий, добір даних спрямований на підсилення тези про безперспективність війни для Росії та виправдання підтримки України Заходом. Втрати України згадуються значно стисло, переважно для викликання співчуття. Newsweek також цитує висновок IISS, що війна стала для Росії однією з найсмертельніших від часів Другої світової, а заповнення втрат новобранцями й ув’язненими веде до “*exceptionally high casualty rates*” (DeJong 2025). Така подача засуджує російське командування та підкреслює абсурдність і кривавість путінської агресії.

Роз’яснення геополітичних і моральних наслідків. Аналітичні матеріали часто пояснюють геополітичні й моральні наслідки можливих рішень, відповідаючи на запитання “що буде, якщо...?” та “кому це вигідно?”. Показовою є стаття Al Jazeera English “*Trump wants to ‘freeze’ Russia-Ukraine*

war: Who gets what if that happens?” (Shamim 2025), де аналізується пропозиція Дональда Трампа “заморозити” війну шляхом припинення вогню та фіксації нинішніх ліній фронту. Уже заголовок задає логіку розподілу вигод – чи не означатиме це фактичну передачу захоплених територій Росії? У статті докладно подається позиція України, яка категорично відкидає перемир’я без повного виходу російських військ, та думки експертів, що “заморозка” нинішніх рубежів *de facto* визнає російські завоювання. Хоч видання прямо не називає план Трампа помилковим, читача підводять до висновку про його несправедливість і вигідність лише Москві. Такий фрейм делегітимує ідею миру “ціною територій” і легітимує продовження боротьби до відновлення кордонів. У підсумку формулюється думка, що справедливий мир можливий лише на умовах України, а поступки агресору є неприйнятними.

Контекстуалізація історією та правом. Контекстуалізація сучасних подій через історію та міжнародне право є важливою легітимувальною стратегією аналітичних матеріалів. Порівняння з минулими кризами або нагадування про ключові міжнародні угоди створює ширшу рамку й підсилює морально-правові аргументи. Так, CNN у матеріалі про ядерну угоду зазначає, що вперше з 1991 року США та Росія можуть залишитися без обмежень щодо ядерних арсеналів, що повертає світ у небезпечну логіку Холодної війни (Atwood 2025). Експерт Carnegie Endowment попереджає, що відсутність контролю зробить сторони “сліпими” та сприятиме прорахункам, чим CNN фактично обґрунтовує необхідність продовження договору. Подібним чином у статтях про війну в Україні часто згадують Будапештський меморандум та принципи міжнародного права. Reuters, пояснюючи статус Криму, наголошує, що його анексія 2014 року порушила міжнародні домовленості (Reuters 2025b), що легітимує неприйняття російських вимог. У підсумку апелювання до історико-правового контексту слугує “верхнім рівнем” обґрунтування: воно підкріплює позицію Заходу принципами законності та історичної справедливості.

Демонстрація адаптивності та винахідливості “свої” сторони є важливим елементом позитивної медійної подачі. Аналітичні матеріали часто акцентують, як українські підрозділи імпровізують і досягають успіхів попри обмежені ресурси. У репортажі Reuters “*Ukraine in race to outfox Russian defences with drone attacks*” (Smilianets & Ogirenko 2025) командир ЗСУ пояснює використання масованих атак дронами для перевантаження російської ППО. Такі сюжети формують образ кмітливих українців, які ефективно протистоять сильнішому противнику, що викликає симпатію аудиторії та легітимує нестандартні тактики. Навіть потенційні ризики (падіння безпілотників, пошкодження цивільних об’єктів) сприймаються як виправдані в умовах оборони. Подібно CNN у матеріалі про “туман війни” зазначає, що зміна погоди створює небезпеки й можливості для обох сторін, але наводить приклади, коли українці використовують туман чи рельєф для мобільних операцій (Lister, Vlasova & Gak 2025). Така подача підкреслює здатність України ефективно пристосовуватися, що підсвідомо зміцнює довіру та позитивне ставлення аудиторії до українського спротиву.

Гуманізація війни через окремі людські історії є дієвим прийомом аналітичних медіа, оскільки викликає сильний емоційний відгук і посилює відчуття присутності. Подібні матеріали одночасно критикують війну через страждання цивільних і підсилюють легітимність сторони, яка з ними солідаризується. Прикладом є сюжет Reuters про конголезьких стендап-коміків, які висміюють власну війну (Reuters 2025a): гумор слугує способом показати абсурдність та виснаженість конфлікту, делегітимуючи будь-які офіційні виправдання. У висвітленні України західні медіа також часто подають історії волонтерів, лікарів чи вчителів, що працюють у надзвичайних умовах. Такі описи підкреслюють людяність українців і викликають емпатію, формуючи переконання, що Україна бореться за реальні життя звичайних людей. Це імпліцитно протиставляє Росію не лише українській армії, а й простим цивільним, роблячи війну морально невинуватеною.

Баланс в аналізі для посилення довіри. Якісна аналітика нерідко згадує і контраргументи – тільки для того, щоб потім їх спростувати. Це тонка стратегія: озвучуючи можливі сумніви читача і даючи на них відповідь, медіа підвищує свою кредит довіри. Наприклад, Politico Europe у своєму матеріалі про фінансові труднощі України (підкреслено: *“Ukraine’s war chest is running low”* – *«воєнна скарбниця України порожніє»*) (Politico Europe 2025) явно торкнулося теми, про яку інші не дуже хочуть говорити – браку грошей і західної допомоги. З одного боку, це чесно: так, Україна залежить від фінансів США та ЄС, і зволікання з грошима може ослабити її оборону. Цим Politico ніби визнає протилежний аргумент (скептиків): *“А чи не марнуємо ми кошти?”*. Але потім у статті, швидше за все, наводяться думки експертів, що, мовляв, витрати цілком підйомні для Заходу, а от якщо не дати, буде набагато гірше (Україна може програти або економіка впаде). Таким чином, озвучивши сумнів, Politico його відразу нейтралізує раціональними доводами, що легітимують продовження фінансової підтримки. Власне, в самому матеріалі зазначено: уряд України шукає кошти, Захід обговорює нові пакети допомоги – отже проблема вирішується цивілізовано. Це маніпулятивно створює відчуття “контрольованої кризи”: так, грошей мало, але ми – Захід – про це знаємо і працюємо над цим, отже громадянам нема чого панікувати чи протестувати проти допомоги. Такий збалансований аналіз спрацьовує як щеплення від пропаганди ворога, котрий міг би казати “Україна банкрут, кидайте її”. Politico випереджає це: так, ситуація складна, але є шляхи її вирішення, і ми переконаємо платників податків, що треба дати більше грошей, бо *“інакше Україна не вистойть”*. У підсумку навіть потенційно невігідна інформація (на кшталт браку коштів) використовується для зміцнення головного меседжу: *треба ще підтримати, щоб не зупинятися на півдорозі*.

Таким чином, в аналітичних жанрах західні медіа ще відвертіше проводять стратегічні меседжі, ніж у новинних. Вони застосовують метафори і розповідні прийоми для формування потрібного образу війни (героїчна оборона, безжальний агресор), підкріплюють свої позиції експертними думками

і даними (щоб надати авторитетності), та за допомогою історичних паралелей і прорахунків сценаріїв доводять слушність певної політичної лінії. Через ці засоби вони майстерно легітимують політику Заходу і дії України (продовження опору, відмова від поганих компромісів, нарощування допомоги) і паралельно делегітимують наративи противника (пропозиції “заморозити” конфлікт, виправдання агресії, применшення воєнних злочинів тощо).

Хоча основні риси висвітлення війни у провідних західних медіа збігаються (співчуття до України, осуд агресора, акцент на гуманітарних цінностях), є й деякі відмінності в тоні та підходах британських, американських і європейських видань. Вони зумовлені як різними традиціями журналістики, так і специфікою аудиторій.

Британська преса (наприклад, агенція *Reuters*, телеканал *BBC*) загалом дотримується стриманого, фактоцентричного стилю, але навіть у такому сухому викладі присутні приховані маніпулятивні та легітимувальні маркери. *Reuters* зазвичай не вживає від себе емоційних епітетів, проте вправно конструює речення і добирає цитати так, що вони самі говорять за себе. Наприклад, агентство може процитувати без коментарів вислів *U.N. Human Rights Office* про ізраїльські удари: той звіт названо “*damning*” – нищівним (Reuters 2024a). Або подати без оцінок заяву Зеленського “*Україна має шукати спосіб виробляти ППО*” (Reuters 2025d). На перший погляд, це просто цитати, але їх вибір не нейтральний: обираючи саме такі формулювання, британські медіа задають рамку. Слово “*damning*” у вустах ООН звучить як вирок – і цього досить, щоби британський читач зрозумів, що дії Ізраїлю незаконні (хоча Reuters від себе цього не скаже). А пряма мова Зеленського без коментарів і купюр дозволяє аудиторії почути голос України і перейнятися її тривогами (в даному разі – що небо досі недозахищене). Легітимність повідомлень *Reuters* забезпечується саме репутацією неупередженого оповідача: британські журналісти часто посилаються на “об’єктивні” факти міжнародного права. Їхні тексти наповнені уточненнями на кшталт: Крим анексований з порушенням норм, ООН визнала це, МАГАТЕ висловило стурбованість і т.д. Так, у *Explainer* про Крим Reuters

спокійно пояснює, “*why it is contested*”, але таким чином нагадує, що *de jure* Крим – український, анексія незаконна (Reuters 2025b). Це ненав’язлива, але потужна легітимація позиції України через апеляцію до права. Британські медіа також надають велику вагу джерелам: якщо *BBC* повідомляє про масові жертви, то обов’язково з посиланням, скажімо, на *дані ООН*. Такий підхід виробляє у читачів довіру до висвітлення – а отже, коли в тій же стриманій манері *BBC* каже “Росія вторглася” або “Великобританія надасть Україні новітні ракети”, це сприймається як правда і як правильна справа (адже контекст уже зрозумілий з усіх попередніх матеріалів). Отже, британський стиль – підкреслена об’єктивність – сам собою стає маніпулятивним інструментом: аудиторія не відчуває тиску і сама робить “правильні” висновки, підготовані тонкими смисловими акцентами.

Американські медіа (*CNN, ABC News, The New York Times, Newsweek* тощо) більш прямолінійні й емоційні у викладі. Це пов’язано як з традиціями мас-медіа США (де конкуренція за увагу вимагає яскравості), так і з особливою роллю США у конфлікті (американські журналісти часто мають менше зовнішньополітичних застережень у формулюваннях). У результаті американські видання відкритіше називають речі своїми іменами. Наприклад, *The New York Times* ще в 2022-му вживало формулювання “*Russia’s brutal invasion of Ukraine*” – «жорстоке вторгнення Росії в Україну», тоді як деякі європейські ЗМІ на початках уникали слова “жорстоке”. Така прямота є і легітимацією (вона одразу розставляє оцінки: вторгнення = зло) і маніпуляцією (бо апелює до моральних почуттів читача, а не лише до фактів). Американські телеканали широко використовують репортажні включення, де кореспонденти з місця подій емоційно описують побачене. Глядач *ABC News* разом з журналістом бачить зруйнований Бородянку і дітей на фоні руїн, як у матеріалі Томаса Барріджа (Burridge 2022), або слухає, як *CNN* в драматичному тоні розповідає про “*fog of war*” на фронті (Lister, Vlasova & Gak 2025). Ці прийоми дуже ефективно маніпулюють емоціями американської аудиторії, залучаючи її в історію. Водночас американські медіа прямо транслюють офіційні меседжі

Вашингтона: наприклад, у матеріалах *CNN* чи *Fox News* нерідко можна почути, що *“the free world must support Ukraine”* – «вільний світ має підтримати Україну», і це подається не як чиясь думка, а як даність. Для американського суспільства, вихованого на ідеї захисту свободи, такі формулювання особливо дієві: вони легітимують допомогу Україні як продовження національних цінностей США. Отже, американський стиль висвітлення – більш емоційний, цензорний і прямий – хоча і різниться від британського стриманого, проте служить тій самій меті. Спираючись на такі цінності, як свобода, демократія, героїзм, американські медіа вибудовують образ України як форпосту цих цінностей. Це неодноразово озвучувалось: *“Ukrainians are fighting for freedom, just like we did”* – такі тези можна знайти в американських статтях і виступах (DeJong 2025). Звісно, це дещо ідеалізований образ, але він надзвичайно легітимний для внутрішньої аудиторії США. Внаслідок цього американське суспільство (принаймні його більша частина) підтримує навіть досить ризиковані кроки – такі як багатомільярдна військова допомога – бо медіа зуміли донести моральний імператив цієї підтримки.

Європейські англомовні медіа (*Euronews*, *Politico Europe*, *BBC World Service* тощо) часто займають позицію “наднаціонального” оглядача, приділяючи більше уваги міжнародним організаціям, багатостороннім ініціативам, дипломатії. Їхні стратегії зосереджені на підкресленні єдності Європи і міжнародного права. У висвітленні війни ці медіа наголошують, наприклад, на ролі НАТО і ЄС. У згаданому матеріалі *Euronews* заголовок: *“NATO raises alarm as Russia finalises nuclear-powered Burevestnik missile”* – «НАТО б’є на сполох у зв’язку з завершенням Росією розробки ядерного “Буревісника”» (*Euronews* 2025). Вже сам вибір кута (фокус не на тому, що Росія похизувалася ракетою, а на тому, що НАТО стривожене) легітимує стурбованість Альянсу як тему номер один. Європейські медіа також активно висвітлюють кроки ЄС: *Politico Europe* пише про обговорення нових санкцій, *Euronews* повідомляє: *“Germany to buy €150m of weapons for Ukraine through PESCO fund”* – «Німеччина закупить для України зброї на 150 млн євро через

фонд PESCO» (Urbancik 2025). Такі новини покликані показати європейській аудиторії, що допомога йде системно і колективно, з використанням європейських механізмів. Це маніпулятивно заспокоює європейців (мовляв, ми не самі, всі скидаються разом) і легітимує продовження підтримки (бо якщо вже створили фонд PESCO і навіть Німеччина, раніше стримана, купує зброю – значить, так треба). Слід зазначити, що європейські медіа інколи критичніше висвітлюють і дії США – як у згаданому випадку з операцією “Southern Spear”. Це пов’язано з прагненням Європи підкреслити свою приверженість праву. Проте у випадку України цей критичний підхід працює тільки на користь загального наративу: раз європейські ЗМІ здатні критикувати Штати за можливі “надмірності” в інших регіонах, то коли вони в один голос підтримують Україну і засуджують Росію – це виглядає дуже щиро і принципово. Іншими словами, довіра до європейських медіа з їхнім акцентом на нормах і багатосторонності посилює силу їхніх меседжів про війну. Якщо BBC або Euronews каже про «безпрецедентну підтримку Україні від усіх членів ЄС», аудиторія вірить – бо ці ж медіа не замовчують і проблем, як-от угорський спротив чи фінансові труднощі. Але вони одразу дають контекст: мовляв, угорський уряд “ламається” під тиском ЄС, а фінансові проблеми вирішимо спільними зусиллями (про що Politico писало). В результаті європейські читачі теж залишаються переконані у правоті підтримки України, адже бачать, що підтримка ця здійснюється “по закону, через спільні фонди, з контролем” – тобто легітимно навіть з бюрократичної точки зору.

Попри певні стилістичні різниці, усі три умовні групи медіа – британські, американські, європейські – створюють синергетичний ефект у висвітленні війни. Британці забезпечують репутацію точності й об’єктивності фактів; американці додають емоційної сили і морального пафосу; європейці підкріплюють усе це міжнародно-правовим базисом і єдністю союзників. Разом вони пропонують західній аудиторії добре структуровану й легко інтерпретовану картину конфлікту, де сторони чітко рознесені по полюсам добра і зла. Зауважимо, що це не означає, ніби західні журналісти обманюють

своїх читачів – усе, про що вони говорять (розбомблені родини, депортації дітей, героїзм медиків, мужність солдатів, підтримка союзників, лицемірство Кремля) – має реальне підґрунтя. Однак відбір цих фактів, наголошування одних і замовчування інших, словесне оформлення – усе це є складниками тонких інформаційних стратегій, покликаних сформувати у масової аудиторії сталі когнітивні уявлення про війну.

Отже, західні інтернет-медіа, застосовуючи маніпулятивні та легітимувальні стратегії, відіграють ключову роль у формуванні суспільної думки щодо війни в Україні. Аналіз британських, американських та європейських джерел показав, що інформаційне подання не обмежується передачею фактів – це цілеспрямований процес створення смислового простору за допомогою мовних засобів. У новинному жанрі навіть нейтрально оформлені повідомлення структуровані так, щоб викликати емпатію до української сторони й водночас транслювати моральну оцінку щодо дій супротивника. У матеріалах аналітичного жанру автори частіше здійснюють інтерпретацію подій, спираючись на свідчення експертів, історичні паралелі, а також риторичні прийоми, що підсилюють позицію країн, які підтримують Україну. Це забезпечує потужний механізм пояснення подій через зрозумілі моделі – від апеляцій до моралі до стратегічних і правових аргументів. При цьому різні західні медіа доповнюють одне одного – в одних акцент зроблено на емоційне залучення, в інших – на фактологічну доказовість, в третіх – на геополітичну оцінку. Усе це створює єдину інформаційну площину, де меседжі не суперечать, а взаємно підсилюють одне одного.

Цей інформаційний контур має глибокий вплив на сприйняття конфлікту в західних суспільствах. Щоденне медійне споживання включає сотні повідомлень – заголовки, візуальні образи, формулювання – які разом формують уявлення про баланс сил, роль сторін, необхідність підтримки та межі допустимого. Висвітлення гуманітарних втрат, кадри зруйнованої інфраструктури, емоційні цитати цивільних, а також експертні коментарі про загрози безпеці створюють комплексну модель конфлікту, у якій одна сторона

ототожнюється з цінностями справедливості, оборони, солідарності, а інша – з агресією, руйнуванням і загрозою. Завдяки цьому інформаційному вектору аудиторія країн Заходу залишається прихильною до політики підтримки України. Відтак політичне керівництво цих держав отримує суспільний мандат на продовження санкцій, фінансування оборонних програм і дипломатичний тиск. Отже, інформаційна присутність у медіапросторі напрямку впливає на хід військово-політичного протистояння – виконуючи функцію стратегічного забезпечення тилу.

Отже, з позиції лінгвокогнітивного аналізу висвітлення війни в Україні в західних інтернет-ЗМІ демонструє, як мова та дискурс формують суспільну свідомість. Маніпулятивні й легітимувальні стратегії діють через створення стійких образів, сценаріїв і смислових моделей, що автоматично активуються під час сприйняття нової інформації. Так вибудовується уявлення про ролі сторін, моральну оцінку їхніх дій і типові інтерпретації подій. Цей когнітивний каркас лишається стабільним попри політичні зміни. Його основу формує журналістська діяльність, яка від початку вторгнення послідовно конструює медійний дискурс за допомогою різноманітних лінгвістичних засобів. Саме це підтримує інтерес, солідарність і сталість підтримки України серед західної аудиторії та впливає на рішення урядів і міжнародних інституцій.

Висновок до Розділу 3

У ході аналізу фреймінгових стратегій та смислової побудови у британських, американських і європейських ЗМІ було виявлено, що західний медіапростір демонструє високий ступінь узгодженості в інтерпретації подій, пов'язаних з війною в Україні. Попри відмінності в журналістських стилях і пріоритетах, усі три медіа-регіони застосовують подібні фрейми, які передають ключові повідомлення: підтримка України як держави, що обороняється; засудження військової агресії; акцент на гуманітарних наслідках та безпекових ризиках. У британських джерелах спостерігається більше посилань на історичні аналогії та геополітичні баланси, в американських – на безпекові виклики та глобальне лідерство, у європейських – на моральні імперативи та єдність континенту. Це свідчить про те, що фреймування у кожному з типів медіа формується не лише з урахуванням фактів, а й відповідно до стратегічних цілей кожної держави та культурно-політичного контексту.

Щодо маніпулятивних та легітимувальних стратегій у новинному та аналітичному жанрі, було встановлено, що ці жанри реалізують різні рівні впливу на свідомість аудиторії. Новинні матеріали переважно використовують приховані механізми впливу – через підбір лексики, емоційні акценти, розміщення фактів і заголовків, що орієнтують читача на “потрібну”

інтерпретацію без прямої оцінки. Аналітичні ж жанри функціонують як інструменти відкритої аргументації – через апеляцію до експертної думки, структуровані оцінки, пояснення причинно-наслідкових зв'язків. Легітимність позиції України в таких матеріалах підтримується послідовною аргументацією та моральним контрастуванням із діями супротивника. У підсумку, саме поєднання цих двох жанрових форматів забезпечує максимальне охоплення – як когнітивного, так і емоційного – сприяючи глибшому засвоєнню сформованих позицій у масовій свідомості західної аудиторії.

ВИСНОВКИ

Лінгвокогнітивний підхід забезпечує ефективний інструментарій для дослідження структурування змісту в медійному дискурсі. Він дозволяє розглядати мову не лише як засіб передачі інформації, а як систему концептуального відображення дійсності, що оперує фреймами, сценаріями та ментальними моделями. В межах цього підходу можна простежити, як засоби масової інформації активізують у свідомості аудиторії певні когнітивні схеми – через добір лексики, граматичні конструкції та контекстуальні зв'язки. Особливо важливою виявляється здатність такого підходу фіксувати опозиції, акценти та рольову організацію повідомлення, що визначає інтерпретацію подій широкою публікою.

Воєнна тематика у західних інтернет-медіа подається з використанням стабільного набору фреймінгових стратегій, серед яких домінують акцентування, контрастивна подача і персоналізація. Метафори бойових дій будуються навколо образів стихії, техногенних катастроф або тілесного болю, що посилює емоційне навантаження матеріалів. Важливу роль відіграють оціночні лексеми, що викликають емпатію до постраждалих або збуджують обурення щодо тих, хто чинить насильство. Стратегічне чергування раціонального коментаря й емоційного візуального супроводу формує комплексне сприйняття – не лише фактологічне, а й моральне.

Маніпулятивні прийоми у новинах здебільшого приховані за уявною об'єктивністю – через добір цитат, порядок подання фактів або візуальні акценти, які створюють ціннісну перспективу без прямої оцінки. Аналітичні жанри демонструють відвертішу інтерпретацію, де позиція ЗМІ озвучується через коментарі експертів, історичні паралелі або логічні висновки, що обґрунтовують підтримку однієї зі сторін. Легітимування певної дії, політики чи союзницьких рішень відбувається через посилення на міжнародне право, гуманізм або моральну відповідальність – створюючи основу для суспільної згоди з такими діями.

Британські, американські й європейські ЗМІ мають спільне ядро у подачі війни, однак розрізняються у методах реалізації. Американські ресурси тяжіють до емоційної насиченості, персоналізації жертв і героїв, а також геополітичної інтерпретації подій крізь призму власних інтересів. Британські ЗМІ демонструють порівняльно більшу фактологічну стриманість і схильність до збалансованого висвітлення – навіть у межах певної позиції. Європейські джерела зосереджуються на колективній відповідальності, міжнародних наслідках і закликах до стабільності – часто використовуючи аналітичний жанр як основний.

Семантико-прагматичні відмінності між типами медіа проявляються у стилістиці, глибині пояснення і ступені прямоти. Новинні повідомлення базуються на шаблонах оперативної інформації з використанням заголовків, що одразу задають інтерпретацію, тоді як аналітичні матеріали розгортають багатоаспектну картину з прогнозами, контекстом і експертною оцінкою. Також суттєво відрізняється лексика: короткі новини тяжіють до простоти та драматизму, аналітика – до складних структур і спеціалізованої термінології. Це зумовлює різний вплив на аудиторію – від негайної реакції до глибшого осмислення ситуації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абдулаєва С. Р. Лінгвокогнітивна структура концепту РОДИНА в сучасній українській мові: дис. ... канд. філол. наук. Мелітополь: МДПУ імені Богдана Хмельницького. 2018. 225 с.
2. Альбота С. М. Наслідки війни у соціальній мережі Reddit: лінгвoseмантичний аспект. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2023. Вип. 59. С. 9–12.
3. Андрусь А. Семантико-когнітивний підхід у сучасних лінгвокогнітивних пошуках. *Наук. вісн. Східноєвропейського нац. ун-ту ім. Лесі Українки. Серія: Філол. науки. Мовознавство*. 2015. № 4. С. 11–15.
4. Бошков А. В. Специфіка мас-медійного дискурсу з точки зору когнітивного підходу. *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Т. 1(25). С. 170–175.
5. Володіна Т. Лінгвокогнітивний підхід до визначення концепту у сучасній лінгвістиці. *Наукові записки. Серія: філологічні науки (мовознавство)*. Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка. 011. С. 42–45.
6. Врублевська Т. Поняття «концепт» у лінгвокогнітивних дослідженнях: етимологія, основні підходи. *Наукові записки [Вінницького держ. пед. ун-ту ім. М. Коцюбинського]*. Серія: Філологія (мовознавство). 2014. Вип. 19. С. 213–217.

7. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору. *Технологія і техніка друкарства*. 2017. № 3(57). С. 93–100.
8. Єріс Ю. В. Лінгвокогнітивний та лінгвокультурний підходи до вивчення концепту в сучасному мовознавстві. *The 11th International scientific and practical conference “Innovations and prospects of world science”*, June 22–24. 022. Vancouver: Perfect Publishing. 022. С. 456–461.
9. Коритнік Д. Ю., Баранова С. В. Медіадискурс як різнопланове явище сучасних медіадосліджень. *Нова філологія*. 2020. № 80. Т. I. С. 266–271.
10. Кудрявцева Н. С. Лінгвокогнітивний підхід до перекладу й поняття еквівалентності. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Філологія. 2019. № 43. Том 5. С. 80–84
11. Кудрявцева Л. О. та ін. Сучасні аспекти дослідження мас-медійного дискурсу: експресія – вплив – маніпуляція. *Мовознавство*. 2005, № 1. С. 58–66.
12. Лойко В. В. До питання маніпуляції суспільною свідомістю у політичному дискурсі ЗМІ. 2011. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vzhdu/2011_57/vip_57_38.pdf (дата звернення 08.11.2025)
13. Мініч Л., Репак А. Лінгвокогнітивні особливості репрезентації майбутнього в інтерв'ю військових 2024–2025 років: концептуальний аналіз. *Наукові записки Нац. ун-ту «Острозька академія». Серія «Філологія»*. 2025. Вип. 26 (94). С. 22–25.
14. Молгамова Л. О. Дискурс як матеріал дослідження лінгвокогнітивних концептів. У: Баранова С. В., Кобякова І. К. (ред.). *Перекладацькі інновації: Матеріали XIII Всеукраїнської студентської наук.-практ. конф.* Суми: Сумський держ. ун-т. 2023. С. 101–104.
15. Москальчук М. М. Лінгвокогнітивні підходи до термінологічної верифікації сучасного світського гуманізму. *Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія 9: Сучасні тенденції розвитку мов*. 2017. Вип. 16. С. 158–165.

16. Остапенко С., Удовіченко Г. Лінгвокультурний підхід до вивчення мови та когнітивна лінгвістика. *Загальне мовознавство. Південний архів (філологічні науки)*. 2019, № 77. С 60–65.
17. Полюжин М. Поняття, концепт та його структура. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Серія: Філологічні науки. Мовознавство*. 2015. № 4. С. 212–222.
18. Саламатіна О. Лінгвокогнітивний аспект картини світу. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Серія: Філологічні науки*. 2009. Т. 81. № 4. С. 16–19.
19. Ситник І. В. Дискурс в сучасній лінгвістиці. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2020. Вип. 46. С. 123–126.
20. Сизонов Д. Ю. Медіатекст та медіадискурс у сучасному медійному просторі. *Studia linguistica*. 2013. Вип. 7. С. 389–393.
21. Сизонов Д. Ю. Медична термінологія в мас-медіа: стилістичний потенціал: монографія. Київ: ВПЦ «Київський університет». 2012. 195 с.
22. Хома Н. М. Новітня політична лексика (неологізми, okazіоналізми та інші новотвори) : енциклопедичний словник-довідник / [І. Я. Вдовичин, Л. Я. Угрин, Г. В. Шипунов та ін.] ; за ред. Хоми Н. М. Львів: Новий Світ. 2000, 2015. 488 с.
23. Царьова І. Безпековий медіадискурс як домінанта медіатизації. *Міжнародна та національна безпека: теоретичні і прикладні аспекти*, Матеріали VI Міжнародної конференції Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ. 1.03.2022. С. 170–172.
24. Царьова І. В. Лінгвопрагматичний аспект юридичного дискурсу. *Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія № 8*. 2017. Вип. 9. С. 125–131.
25. Царьова І. В. Сучасний український юридичний текст: лексико-дериваційна структура. Дніпро: Ліра. 2020. 446 с.

26. Цимбалиста О. А. Лінгвокогнітивні і дискурсивні аспекти перекладацької діяльності. *Actual aspects of development in the context of globalisation*. 020. С. 222–223.
27. Чаплак Я. В., Чуйко Г. В. Кліпова хаотичність як маніпулятивна технологія соціально-психологічного впливу в кіберпросторі. *Психологічний часопис*. 2018. № 3. С. 21–40.
28. Чемеркін С. Г. Репрезентативність гіпертексту у функціонально-стильових різновидах української мови в Інтернеті. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2009. Вип. 19. С. 111–116.
29. Черниш О. А. Сутнісні характеристики понять «медіадискурс» та «медіатекст» у сучасній медіалінгвістиці. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*. 2013. Вип. 118. С. 309–313.
30. Шарапановська Ю. В. Засади вивчення концепту в лінгвістиці. *Наукові записки Міжнародного гуманітарного університету*. 2021. Вип. 34. С. 95–100.
31. Шевченко О. М. Поняття концепту у сучасній перекладознавчій парадигмі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2021. Т. 48(4). С. 128–132.
32. Шкурко К. А. Бінарні концепти SECURITY/INSECURITY в сучасному англomовному медійному дискурсі. Київ. 2023. 166 с.
33. Яцимірська М. Г. Сучасний медіатекст: словник-довідник. Львів: ПАІС. 2005. 128 с.
34. Яцимірська М. Г., Драган Н. Медіатекст як продукт журналістської творчості. URL: http://www.lnu.edu.ua/faculty/jur/publications/visnyk30/Visnyk%2030_P4_01_Jatsymirska.pdf (дата звернення 08.11.2025)
35. Abdikalyk K. S. Concept as the main research object of cognitive linguistics. *International Journal of Environmental and Science Education*. 2016. Vol. 11(10). P. 3167–3178.

36. Abdullah F. S. Mass media discourse: A critical analysis research agenda. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*. 2014. Vol. 22(S). P. 1–16.
37. Allen T., Seaton J. The media of conflict: War reporting and representations of ethnic violence. London: Zed Books. 1999. 312 p.
38. Bell A. Approaches to media discourse. London: Blackwell Publishers. 1996. 230 p.
39. Bouvier G. What is a discourse approach to Twitter, Facebook, YouTube and other social media: connecting with other academic fields? *Journal of Multicultural Discourses*. 2015. Vol. 10(2). P. 149–162.
40. Bunyatova A. B. Concept as an object of study of cognitive linguistics and linguoculturology. *Theoretical & Applied Science*. 2018. No. 10. P. 219–226.
41. Campbell D. Representing contemporary war. *Ethics & International Affairs*. 2003. Vol. 17(2). P. 99–108.
42. Constantinou O. Multimodal discourse analysis: Media, modes and technologies. *Journal of Sociolinguistics*. 2005. Vol. 9(4). P. 602–618.
43. Cotter C. Discourse and media. In: Tannen D., Hamilton H. E., Schiffrin D. *The handbook of discourse analysis*. Malden: Wiley-Blackwell. 2015. P. 795–821.
44. Cottle S. Mediatized conflict: Understanding media and conflicts in the contemporary world. Maidenhead: Open University Press / McGraw-Hill. 2006. 232 p.
45. Cukier W. L., Ngwenyama O. K., Bauer R., Middleton C. A critical analysis of media discourse on information technology: Preliminary results of a proposed method for critical discourse analysis. *Information Systems Journal*. 2009. Vol. 19(2). P. 175–196.
46. Evans V., Green M. Cognitive linguistics: An introduction. Edinburgh: Edinburgh University Press. 2006. 856 p.
47. Fairclough N. Media discourse. London: Arnold. 1995. 224 p.
48. Fetzer A. Media discourse in context. In: Hart C., Cap P. *Contemporary critical discourse studies*. London: Bloomsbury. 2014. P. 365–384.

49. Freedman D., Thussu D. War and the media: Reporting conflict 24/7. London: Pluto Press. 2003. 266 p.
50. Geeraerts D., Cuyckens H. The Oxford handbook of cognitive linguistics. Oxford: Oxford University Press. 2007. 1334 p.
51. Gilboa E. Media and conflict resolution: A framework for analysis. *Marquette Law Review*. 2009. Vol. 93. P. 87–110.
52. Griffin M. Media images of war. *Media, War & Conflict*. 2010. Vol. 3(1). P. 7–41.
53. Hoskins A., O'Loughlin B. War and media: The emergence of diffused war. Cambridge: Polity Press. 2010. 300 p.
54. ielanguages. An introduction to the study of language. 2020. URL: <https://ielanguages.com/what-is-linguistics> (дата звернення 19.11.2025).
55. International Cognitive Linguistics Association (ICLA). Cognitive linguistics: Historical background. 2021. URL: <https://cognitivelinguistics.org> (дата звернення 19.11.2025).
56. Ismatullaeva I. I. Concept as the basic term of the cognitive linguistics. *Oriental Renaissance: Innovative, Educational, Natural and Social Sciences*. 2022. Vol. 2(9). P. 533–538.
57. Joseph T. Mediating war and peace: Mass media and international conflict. *India Quarterly*. 2014. Vol. 70(3). P. 225–240.
58. Khairullina D. Concept vs notion and lexical meaning: What is the difference? *Journal of History Culture and Art Research*. 2018. Vol. 7(5). P. 303–313.
59. Khosravini M. Critical discourse analysis, power, and new media (digital) discourse. In: Linné T. *Why discourse matters: Negotiating identity in the mediatized world*. Gothenburg: Nordicom. 2014. P. 283–301.
60. Kirat M. S., Slamene R. Framing wars and conflicts: Manipulation, misrepresentation and distortion. *Migration Letters*. 2024. Vol. 21(3). P. 985–1000.
61. Kövecses Z. A broad view of cognitive linguistics. *Acta Linguistica Hungarica (Acta Linguistica Academica)*. 2005. Vol. 52(2–3). P. 135–172.

62. Lauerbach G. E., Fetzer A. Political discourse in the media: Cross-cultural perspectives. In: Fetzer A., Lauerbach G. *Political discourse in the media: Cross-cultural perspectives*. Amsterdam: John Benjamins. 2007. P. 3–28.
63. Lukic J. Media representations of men and women in times of war and crisis: The case of Serbia. In: Gal G., Kligman G. *Reproducing gender: Politics, publics, and everyday life after socialism*. Princeton: Princeton University Press. 2000. P. 393–423.
64. Machin D., Van Leeuwen T. Global media discourse: A critical introduction. London: Routledge. 2007. 200 p.
65. Mhamdi C. Framing “the Other” in times of conflicts: CNN’s coverage of the 2003 Iraq War. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 2017. Vol. 8(2). P. 147–153.
66. Motov S. V. The communicative aspect of the linguocognitive approach to foreign language teaching. *Tambov University Review. Series: Humanities*. 2023. Vol. 28(5). P. 1179–1193.
67. Myronova N. Linguo-cognitive analysis of a literary text: Linguistic means of expression of concepts and images. *Conhecimento & Diversidade*. 2023. Vol. 15(40). P. 304–321.
68. Nohrstedt S. A., Ottosen R. New wars, new media and new war journalism: Professional and legal challenges in conflict reporting. Göteborg: Nordicom. 2014. 223 p.
69. O’Keeffe A. Investigating media discourse. London: Routledge. 2006. 192 p.
70. O’Keeffe A. Media and discourse analysis. In: Tannen D., Hamilton H. E., Schiffrin D. *The Routledge handbook of discourse analysis*. London: Routledge. 2013. P. 441–454.
71. Olausson U. Explaining global media: A discourse approach. In: Aalberg T. *The systemic dimension of globalization*. Frankfurt am Main: Peter Lang. 2011. P. 136–148.

72. O'Loughlin B. Images as weapons of war: Representation, mediation and interpretation. *Review of International Studies*. 2011. Vol. 37(1). P. 71–91.
73. Parry K. Media visualisation of conflict: Studying news imagery in 21st-century wars. *Sociology Compass*. 2010. Vol. 4(7). P. 417–429.
74. Ramanathan R., Tan B. H. Application of Critical Discourse Analysis in media discourse studies. *3L: Southeast Asian Journal of English Language Studies*. 2015. Vol. 21(3). P. 57–68.
75. Rao V. Cognitive linguistics: An approach to the study of language and thought. *International Journal of English Language, Literature and Translation Studies*. 2021. Vol. 8(3). P. 22–31.
76. Romero-Trillo J. The representation of liminality conflicts in the media. *Journal of Multicultural Discourses*. 2011. Vol. 6(2). P. 143–158.
77. Ruzibaeva N. R. Cognitive linguistics: Basic concepts. *Academic Research in Educational Sciences*. 2021. Vol. 2(1). P. 438–446.
78. Schubart R., Virchow F., Thomas T., White-Stanley D. War isn't hell, it's entertainment: Essays on visual media and the representation of conflict. Jefferson (NC): McFarland. 2009. 250 p.
79. Shaklein V. Linguo-cultural concept in describing linguo-cultural situation. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*. 2019. P. 1462–1468.
80. Shaykhislamov N. The direction of modern linguistics: The concept of cognitive linguistics. *Scientific Progress*. 2021. Vol. 2(2). P. 1641–1651.
81. Solodilova I. A., Zakharova T. V. Linguo-cognitive approach in foreign language teaching. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*. 2020. P. 627–634.
82. Talbot M. Media discourse: Representation and interaction. Edinburgh: Edinburgh University Press. 2007. 208 p.
83. Thussu D. K., Freedman D. War and the media: Reporting conflict 24/7. London: Sage. 2003. 266 p.

84. Toepfl F. Beyond the four theories: Toward a discourse approach to the comparative study of media and politics. *International Journal of Communication*. 2016. Vol. 10. P. 1530–1547.
85. Umarova N. R. A linguistic approach to conceptual research. *Asian Journal of Multidimensional Research*. 2021. Vol. 10(4). P. 62–66.
86. Van Dijk T. A. Discourse and communication: New approaches to the analysis of mass media discourse and communication. Berlin: Walter de Gruyter. 2011. 367 p.
87. Van Dijk T. A. Media contents: The interdisciplinary study of news as discourse. In: *Jensen K. B., Jankowski N. W. A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*. London: Routledge. 2002. P. 108–120.
88. Wodak R., Busch B. Approaches to media texts. In: Downing J. D. H. *The Sage handbook of media studies*. Thousand Oaks: Sage. 2004. P. 105–123.
89. Zhanalina L. K., Ordahanova A. B. Substance and methods of cognitive approach in linguistics. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2015. Vol. 192. P. 720–723.
90. Zhirenov S. A. The cognitive content of the world of symbols in a language. *International Journal of Environmental and Science Education*. 2016. Vol. 11(9). P. 2841–2852.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Матеріал дослідження

1. Al-Khalidi S. Syrian military and rebels battle around Hama. *Reuters*. 2024. URL: <https://www.reuters.com/world/middle-east/syrian-military-rebels-battle-north-hama-2024-12-04/> (дата звернення 19.11.2025).
2. Atwood K. Last nuclear treaty between US and Russia nears expiration as Trump and Putin trade testing threats. *CNN*. 2025. URL: <https://edition.cnn.com/2025/11/16/politics/us-russia-nuclear-treaty> (дата звернення 19.11.2025).
3. Brennan D. Ukraine's Odesa forced onto backup power after overnight Russian attack: Officials. *ABC News*. 2025. URL:

<https://abcnews.go.com/International/ukraines-odesa-forced-backup-power-after-over-night-russian/story?id=127567587> (дата звернення 19.11.2025).

4. Burridge T. S. Returning to Kyiv amid war: Reporter's notebook. *ABC News*. 2022.

URL:

<https://abcnews.go.com/International/reporters-notebook-returning-kyiv-amid-war/story?id=84622740> (дата звернення 19.11.2025).

5. Cornwell A., Hafezi P., Holland S. Israel-Iran battle escalates, civilians urged to evacuate target areas. *Reuters*. 2025. URL: <https://www.reuters.com/world/middle-east/israel-iran-strike-each-other-new-wave-at-tacks-2025-06-14/> (дата звернення 19.11.2025).

6. Davalou L. Ukraine aims to restart prisoner exchanges with Russia, says Zelenskyy. *Euronews*. 2025. URL: <https://www.euronews.com/2025/11/16/a-possible-prisoner-of-war-exchange-in-sight-zelenskyy-announces-progress> (дата звернення 19.11.2025).

7. DeJong J. How many people have died in the Russia-Ukraine war? *Newsweek*. 2025.

URL:

<https://www.newsweek.com/people-died-casualties-russia-ukraine-war-update-2033371> (дата звернення 19.11.2025).

8. Euronews. NATO raises alarm as Russia finalises nuclear-powered Burevestnik missile. *Euronews*. 2025. URL: <https://www.euronews.com/2025/11/16/nato-alarmed-as-putins-new-petrel-missile-apparently-ready-for-use> (дата звернення 19.11.2025).

9. Euronews. Russia temporarily suspends oil exports from Novorossiysk following Ukrainian attack. *Euronews*. 2025. URL: <https://www.euronews.com/my-europe/2025/11/15/russia-temporarily-suspends-oil-exports-from-novorossiysk-following-ukrainian-attack> (дата звернення 19.11.2025).

10. Francis P. Pope Francis: "War is a sacrilege, let us stop fuelling it!". *Vatican News*. 2022. URL:

<https://www.vaticannews.va/en/pope/news/2022-04/pope-francis-war-introduction-book-courage-peace.html> (дата звернення 19.11.2025).

11. Kottasová I. From meat grinder to mopeds: How Russia rethought its war-fighting in Ukraine. *CNN*. 2025. URL: <https://edition.cnn.com/2025/11/16/world/pokrovsk-russia-ukraine-tactics-intl> (дата звернення 19.11.2025).

12. Lister T., Vlasova S., Gak K. The fog of war: Changing weather becomes a new player on the battlefield in Ukraine. *CNN*. 2025. URL: <https://edition.cnn.com/2025/11/15/europe/ukraine-weather-fog-war-intl> (дата звернення 19.11.2025).

13. Maturana J. US confirms deadly attack in the Caribbean: 80 dead under ‘Operation Southern Spear’. *Euronews*. 2025. URL: <https://www.euronews.com/2025/11/15/us-confirms-deadly-attack-in-the-caribbean-80-dead-under-operation-southern-spear> (дата звернення 19.11.2025).

14. Politico Europe. Ukraine’s war chest is running low on finances to defend the country. *Politico*. 2025. URL: https://www.politico.eu/article/kyiv-ukraine-cash-crunch-exposes-tight-russia-assets-timeline/?fbclid=IwY2xjawOLKUVleHRuA2FlbQIxMABicmlkETFVRlZlaln1YkZlY0tydlVic3J0YwZhchBfaWQQMjIyMDM5MTc4ODIwMDg5MgABHt9pjbMCKd31HorzLN3XI28vhZHG9pU4BffN3K3hwbXnIStuDc7GnyDdsCJB_aem_Js5WHhddQA7SKHLl6ASfQ (дата звернення 19.11.2025).

15. Reuters. Congo’s stand-up comics take aim at country’s grinding war. *Reuters*. 2025. URL: <https://www.reuters.com/world/africa/congos-stand-up-comics-take-aim-countrys-grinding-war-2025-10-07/> (дата звернення 19.11.2025).

16. Reuters. Explainer: Where is Crimea and why is it contested? *Reuters*. 2025. URL: <https://www.reuters.com/world/europe/where-is-crimea-why-is-it-contested-2025-03-18/> (дата звернення 19.11.2025).

17. Reuters. Six killed, 80 wounded in intense Russian air attacks on Ukraine. *Reuters*. 2025. URL: <https://www.reuters.com/world/europe/russian-drones-attack-kyiv-witnesses-report-explosions-fire-2025-06-05/> (дата звернення 19.11.2025).
18. Reuters. Ukraine will have to find a way to produce air defences, Zelenskiy says. *Reuters*. 2025. URL: <https://www.reuters.com/world/europe/ukraine-will-have-find-way-produce-air-defences-zelenskiy-says-2025-10-24/> (дата звернення 19.11.2025).
19. Reuters. U.N. body issues damning report on Israeli attacks on Gaza hospitals. *Reuters*. 2024. URL: <https://www.reuters.com/world/middle-east/un-body-issues-damning-report-israeli-attacks-gaza-hospitals-2024-12-31/> (дата звернення 19.11.2025).
20. Reuters. World leaders offer support to Ukraine on anniversary of Russian invasion. *Reuters*. 2024. URL: <https://www.reuters.com/world/europe/world-leaders-offer-support-ukraine-anniversary-russian-invasion-2024-02-24/> (дата звернення 19.11.2025).
21. Shamim S., News Agencies. Trump wants to 'freeze' Russia-Ukraine war: Who gets what if that happens? *Al Jazeera English*. 2025. URL: <https://www.aljazeera.com/news/2025/10/24/trump-wants-to-freeze-russia-ukraine-war-who-gets-what-if-that-happens> (дата звернення 19.11.2025).
22. Smilianets V., Ogirenko V. Ukraine in race to outfox Russian defences with drone attacks, commander says. *Reuters*. 2025. URL: <https://www.reuters.com/business/aerospace-defense/ukraine-race-outfox-russian-defences-with-drone-attacks-commander-says-2025-10-24/> (дата звернення 19.11.2025).
23. Tanno S., Harvey L., Vlasova S. Ukraine attacks key Russian oil hub as deadly strikes pound Kyiv. *CNN*. 2025. URL: <https://edition.cnn.com/2025/11/14/europe/ukraine-russia-assassination-attempt-intl-hnk> (дата звернення 19.11.2025).

24. Urbancik J. Germany to buy €150 m of weapons for Ukraine through PESCO fund, Pistorius says. *Euronews*. 2025.

URL:

<https://www.euronews.com/2025/11/14/germany-to-buy-150m-of-weapons-for-ukraine-through-purl-pistorius-says> (дата звернення 19.11.2025).

25. Vakulina S. Azerbaijan protests to Russia after Kyiv embassy damaged in Russian missile attack. *Euronews*. 2025. URL:

<https://www.euronews.com/2025/11/14/azerbaijan-protests-to-russia-after-kyiv-embassy-damaged-in-russian-missile-attack> (дата звернення 19.11.2025).

26. van den Berg S. Russians used starvation as method of warfare in Mariupol, experts say. *Reuters*. 2024. URL:

<https://www.reuters.com/world/europe/russians-used-starvation-method-warfare-mariupol-experts-say-2024-06-13/> (дата звернення 19.11.2025).