

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ**

Кваліфікаційна робота магістра
на тему «Концепт “Україна” у вітчизняній медіасфері»

Виконав студент 2 курсу, групи 8.0612-мк
Спеціальності 061 «Журналістика»
(освітня програма «Медіакомунікації»
Резніченко Андрій Андрійович
Керівник к. філол. н., доцент
Романюк Н.В.
Рецензент к. філол. н., доцент
Горбенко І.Ф.

ЗМІСТ

Реферат	4
Summary	5
Завдання	6
Вступ	8
Розділ 1 Науково-теоретичні аспекти вивчення поняття «концепт»	12
1.1 Дефініції терміна «концепт», його основні елементи та засоби вираження в медіасфері	12
1.2 Методологія дослідження поняття концепту	24
Розділ 2. Особливості реалізації концепту Україна у вітчизняній медіасфері	32
2.1 Концепт «Україна» в медіа в умовах воєнного стану	32
2.2 Візуалізація концепту «Україна» в умовах воєнного стану	47
Висновки	66
Список використаних джерел	70
Додаток А	78
Додаток Б	79
Додаток В	80
Додаток Г	81
Додаток Д	82
Додаток Е	84
Додаток Ж	85
Додаток И	86
Додаток К	87
Додаток Л	88
Додаток М	89
Додаток Н	90

Додаток П	91
Додаток Р	92
Додаток С	93
Додаток Т	94
Додаток У	95
Додаток Ф	96
Додаток Х	97
Додаток Ц	98
Декларація академічної доброчесності	99

РЕФЕРАТ

Тема магістерської роботи: Концепт “Україна” у вітчизняній медіасфері.

Обсяг основного тексту: 70 сторінок.

Кількість використаних джерел та літератури: 67 найменувань.

Мета дослідження – виявлення особливостей змістового наповнення концепту «Україна» у вітчизняній медіасфері.

Мета роботи передбачає виконання певних **завдань**:

- 1) вивчити теоретичні основи поняття «концепт»;
- 2) виділити елементи концепту;
- 3) окреслити методологію вивчення концептів;
- 4) проаналізувати змістове наповнення концепту «Україна» в медіа після повномасштабного вторгнення РФ в Україну;
- 5) дослідити роль вербального і візуального матеріалу у створенні концептів.

Об’єктом дослідження є українські видання «Українська правда» (далі – «УП»), «Радіо Свобода Україна», зокрема їхні новинні публікації та авторські колонки з періоду 24 лютого 2022 року по 25 серпня 2023 року.

Предметом дослідження є особливості змістового наповнення концепту «Україна» на сторінках медіа після початку повномасштабного вторгнення РФ на територію України, тобто 24 лютого 2022 року.

Отримані результати: виявлено особливості змістового наповнення концепту «Україна» на сторінках медіа після початку повномасштабного вторгнення РФ на територію України. Проведено контент-аналіз публікацій в українських медіа. Виокремлено тематичні поля та вивчено візуалізацію концепту в аналізованих ЗМІ.

Ключові слова: концепт, структура концепту, тематичне поле, візуалізація, образ України.

SUMMARY

The Master's paper is dedicated to the analysis of such a topical problem as the concept of «Ukraine» in the domestic media sphere.

The object of the work is about the features of the content of the concept «Ukraine» on media after the start of the full-scale invasion of the Russian Federation on the territory of Ukraine, on February 24-th, 2022.

The main purpose of the paper consists identifying the peculiarities of the content of the concept «Ukraine» in the domestic media sphere. It determined the accomplishment of such objectives as:

- 1) study the theoretical foundations definition of the «concept»;
- 2) highlight the elements of the concept;
- 3) outline the methodology of studying concepts;
- 4) to analyze the content of the concept "Ukraine" in the media after the full-scale invasion of the Russian Federation into Ukraine;
- 5) to investigate the role of visual material in the creation of concepts.

The methodological basis of the conducted research was general scientific methods, in particular the analysis of scientific sources, as well as deduction, induction, descriptive and comparative methods of cognition, the synthesis method for understanding the definitions needed for research, content analysis, and the method of systematization was also used to standardize concepts, in particular the definition of «concept».

The scientific novelty of the presented research lies in an attempt that was made to systematically analyze media content within the framework of the active phase of the Russian-Ukrainian war in order to reveal the specificity of the content of the concept "Ukraine" and its visualization.

Key-words: concept, concept structure, thematic field, visualization, image of Ukraine.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет журналістики
Кафедра видавничої справи та редагування
Рівень вищої освіти магістр
Спеціальність 061 Журналістика
Освітня програма Медіакомунікації

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

« _____ » _____ 2023 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Резніченку Андрію Андрійовичу

1. Тема роботи: Концепт “Україна” у вітчизняній медіасфері
керівник роботи Романюк Наталія Василівна, к. філол. н., доцент
затверджені наказом ЗНУ від «03» травня 2023 року № 659-с
2. Строк подання студентом роботи 01.12.2023 року
3. Вихідні дані до роботи: 1. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : ВЦ «Академія». 2004. 344 с.; 2. Кононенко В. І. Концепти українського дискурсу. Київ – Івано-Франківськ : Плай, 2004. 248 с.; 3. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя : Прем'єр, 2008. 332 с.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): вивчити теоретичні основи поняття «концепт»; виділити елементи концепту; окреслити методологію вивчення концептів; проаналізувати змістове наповнення концепту «Україна» в медіа після повномасштабного вторгнення РФ в Україну; дослідити роль вербального і візуального матеріалу у створенні концептів.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) = немає

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	Романюк Н. В., доцент	11.06.2023	11.06.2023
Розділ 1	Романюк Н. В., доцент	01.09.2023	01.09.2023
Розділ 2	Романюк Н. В., доцент	16.10.2023	16.10.2023
Висновки	Романюк Н. В., доцент	13.11.2023	13.11.2023

6. Дата видачі завдання 11 червня 2023 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Формування і затвердження теми	квітень 2023 р.	Виконано
2	Складання плану роботи, опрацювання джерел	травень 2023 р.	Виконано
3	Складання змісту, написання вступу	червень 2023 р.	Виконано
4	Написання першого розділу	вересень 2023 р.	Виконано
5	Написання другого розділу	жовтень-листопад 2023 р.	Виконано
6	Написання висновків та оформлення списку джерел	листопад 2023 р.	Виконано
7	Одержання відгуку та рецензії	до 1 грудня 2023 р.	Виконано
8	Проходження нормоконтролю	до 5 грудня 2023 р.	Виконано
9	Захист роботи	грудень 2023 р.	

Студент _____ Резніченко А.А.

Керівник роботи (проєкту) _____ Романюк Н.В.

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Микитів Г. В.

ВСТУП

Із проголошенням незалежності перед нашою державою постала низка проблем, серед яких – налагодження політичних, економічних, культурних відносин з іншими країнами та закладення демократичних основ побудови суспільства всередині України. У зв'язку з цим питання формування позитивного змістового наповнення концепту «Україна» та іміджу України загалом має велике значення, зокрема і на міжнародній арені, але насамперед – для наших співгромадян.

На розвиток та формування ставлення громадськості до певного об'єкта чи суб'єкта впливає чимало факторів, важливе місце серед яких займає її сприйняття країни крізь призму наявної інформації та власного світогляду. Так, репутація кожної країни та ставлення до неї і іноземних, і своїх громадян формується завдяки різним джерелам інформації, серед яких одним із найголовніших є медіасфера.

Вітчизняні ЗМІ зазвичай відповідають за формування поняття концепту того чи іншого явища в очах реципієнтів, надають йому форму та характерні ознаки. В Україні як концепту великий потенціал, оскільки вона має багату багатовікову історію та велику соціокультурну спадщину в найрізноманітнішому вигляді. Тим не менш, за останні більш ніж тридцять років концепт «Україна» розвивався відносно повільно та далеко не завжди у вигідному для країни та її громадян світлі.

«Корумпована», «Пострадянська», «Нестабільна молода демократія», «Держава біля Російської Федерації», «Де це взагалі?», та навіть «Failed State» – зазвичай це перелік перших асоціацій представників народів інших країн і, що гірше, частково самих українців.

Однак певні досягнення та здобутки у формуванні й розвитку концепту «Україна» вже були, але повномасштабне вторгнення Росії в короткі часи надало йому нових ознак, чимала частина з яких має позитивний характер.

Питання дефініції концепту, його типологію досліджувала ціла плеяда вчених, зокрема Ф. Бацевич, В. Літяга, М. Полюжин, А. Приходько, В. Різун, О. Ясіновська, Т. Ястремська та інші. Вербалізація концептів була в центрі уваги таких науковців: Н. Гуменюк, О. Шабас, Ю. Маслова, І. Хоменська та ін. Візуалізацію концептів аналізували Г. Лільо, Т. Семенюк, С. Усік, С. Симоненко. Проте вивченням концепту «Україна» займалася порівняно невелика кількість науковців, і поза їхньою увагою залишилася його трансформація саме після початку російсько-української війни. Та й процес формування концепту «Україна» ще до початку повномасштабного вторгнення в більшості своїй був проаналізований лише в аспекті побутових і культурних питань («Україна крізь призму літератури ХХ століття», «Концепт «Україна» в дитячій літературі», концепти тих чи інших понять в українському побуті тощо).

Оскільки позитивне змістове наповнення окресленого концепту є важливим і необхідним чинником у створенні національної ідентичності, а тема розвитку й зміни концепту «Україна» в умовах війни в науковому середовищі є недостатньо розробленою, то цим і зумовлена *актуальність* нашого дослідження.

Метою кваліфікаційної роботи магістра є виявлення особливостей змістового наповнення концепту «Україна» у вітчизняній медіасфері.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі *завдання*:

- 1) вивчити теоретичні основи поняття «концепт»;
- 2) виділити елементи концепту;
- 3) окреслити методологію вивчення концептів;

4) проаналізувати змістове наповнення концепту «Україна» в медіа після повномасштабного вторгнення РФ в Україну;

5) дослідити роль вербального та візуального матеріалу у створенні концептів.

Об'єкт дослідження: українські видання «Українська правда» (далі – «УП»), «Радіо Свобода Україна», зокрема їхні новинні публікації та авторські колонки.

Предмет дослідження: особливості змістового наповнення концепту «Україна» на сторінках медіа після початку повномасштабного вторгнення РФ на територію України, тобто 24 лютого 2022 року.

Теоретико-методологічна основа дослідження: теоретичні положення щодо поняття «концепт» як явища когнітивної лінгвістики – Ф. Бацевич, М. Джонсон, Дж. Лакофф, М. Полюжин, Н. Таценко, І. Хоменська; дослідження конкретних концептів, зокрема і концепту «Україна» на різних прикладах – О. Балабан, У. Ліпман, М. Полюжин, А. Приходько, В. Різун, Н. Таценко, О. Ткаченко, І. Хоменська,

Методи дослідження: методологічною основою проведеного дослідження стали загальнонаукові методи, зокрема аналіз наукових джерел, а також дедукція, індукція, описовий та порівняльний методи пізнання, метод синтезу для розуміння потрібних для дослідження дефініцій, контент-аналіз, а також був застосований метод систематизації для стандартизації понять, зокрема поняття «концепт».

Наукова новизна: здійснено спробу системного контент-аналізу медіа у межових рамках активної фази російсько-української війни, щоб виявити специфіку змістового наповнення концепту «Україна» та його візуалізацію.

Практичне значення дослідження. Результати дослідження можуть бути використані журналістами, редакторами і видавцями, а також спеціалістами всіх

сфер медіасфери загалом; також при підготовці лекційних матеріалів і ряду курсів, що вивчають вітчизняну медіасферу.

Структура кваліфікаційної роботи магістра. Структура роботи складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг магістерської роботи становить 98 сторінок. Список використаної літератури містить 67 джерел.

РОЗДІЛ 1

НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «КОНЦЕПТ»

1.1 Дефініції терміна «концепт», його основні елементи та засоби вираження в медіасфері

Для подальшої дослідницької роботи необхідно чітко усвідомлювати, що означає поняття концепту та які основні елементи й ознаки він має. Варто враховувати, що серед дослідників-мовознавців немає тих, хто чітко сформулював поняття «концепт» і окреслив його елементи та межі, а в основі своєї розробкою концептів в той чи інший період займалося чимало науковців та фахівців саме з когнітології та когнітивного мовознавства.

Так, визначення поняття «концепт», типи концептів за різними критеріями, структуру та елементи, його вплив на світогляд реципієнтів вивчали Ф. Бацевич [3], М. Джонсон [65], Дж. Лакофф [65], В. Літяга [27], Т. Маслова [29], М. Полюжин [36; 37; 38; 39], А. Приходько [42], В. Різун [44], О. Селіванова [46; 47; 48], І. Хоменська [54] та інші.

Зокрема, Дж. Лакофф та М. Джонсон у своїй праці «Метафори, якими ми живемо» наголошують, що концепти керують життям реципієнтів, структурують їхню поведінку та почуття, формують ставлення тощо [65, с. 46].

Що стосується власне конкретної дефініції поняття «концепт», то тут зазначимо, що наразі немає єдиної системної дефініції, замість неї лише ряд різних підходів і тлумачень. Так, у філософських науках «концепт» є тотожним з «поняттям», хіба що ряд дослідників (зокрема Т. Маслова) вважає, що «концепт» у змістовому плані є більш ширшим поняттям.

Станом на сьогодні, «концепт» є одним з ключових термінів когнітивної лінгвістики, зміст якого суттєво відрізняється в підходах учених та їхніх різних наукових шкіл.

Скажімо, на думку українського мовознавця М. Полюжина, «концепт» як термін, що служить певним поясненням сукупності психічних і ментальних ресурсів свідомості, розглядається як «оперативна та змістовна одиниця пам'яті, ментального лексикону, концептуальної системи та мови мозку, а також усієї картини світу, що відображається в людській психіці» [36, с. 35].

Згідно зі «Словником сучасної лінгвістики» А. Загнітка термін концепту «введений для пояснення процесів мислення й пов'язаний з одиницями ментальних і/або психічних ресурсів людської свідомості... Концепт – багатовимірне смислове утворення, що має фреймовий, гносеологічний, онтологічний, поняттєво-дефінітивний, аксіологічний та інші виміри. Концепт охоплює те, що людина знає, мислить, прогнозує, фантазує (почасти містифікує), міфологізує та інше про об'єкти світу. Концепт, певною мірою, фіксовані в одиницях і категоріях мови, втілюють національно-культурну специфіку (з певними її варіаціями територіального, корпоративного, індивідуального виміру)» [19, с. 99].

Зі свого боку, дослідниця І. Хоменська, зібравши різні варіанти дефініції концепту чималої кількості мовознавців, висунула своє твердження про те, що концепт – це «одиниця ментального рівня, якою оперує представник певної культури в процесі мовомислення та пізнання, яка відображає картину світу в людській психіці та має вигляд «згустків» знання, набутого в процесі теоретичної та емпіричної когніції; це психоментальне утворення, що відбиває уявлення про світ через образи, уявлення, асоціації, поняття та ставлення до них, динамічна одиниця, характерна як для окремого індивіда, так і для колективу представників певної культури» [54, с. 6].

Як бачимо, визначення дефініції «концепт» у кожного дослідника своє, оскільки вони намагаються досягти максимальної вичерпності терміна. На превеликий жаль, незважаючи на часту тотожність та схожість поданих інтерпретації вказаної дефініції, єдиної дефініції сформульовано так і не було.

Окрім цього, нерідко постулюється думка про те, що термін «концепт» походить від латинського «conceptus», що означає «поняття, уявлення чи думка».

У сучасній лінгвістиці також є ґрунтування на сутнісних ознаках дефініції концепту, які ми систематизували на основі проаналізованих наукових розвідок так:

1. Концепт як лінгвокогнітивне явище.
2. Концепт як психолінгвістичне явище.
3. Концепт як абстрактне наукове поняття.
4. Концепт як базова одиниця культури.

Отже, , концепт – це поняття, за допомогою якого носій мови передає своє світобачення і яке характеризується динамічною та складною структурою, що і є однією з найголовніших проблем оформлення загальної дефініції. Ще однією складністю є міждисциплінарність поняття, оскільки концепт як поняття фігурує, як уже зауважувалося, і в мовознавців, і в науках філософії, логіки та навіть математики й фізики [19, с. 104].

За основу нашого дослідження беремо тлумачення І. Хоменської, оскільки, як здається, воно є найбільш точним і передбачає всі аспекти, які безпосередньо стосуються концепту і медіа.

Наступним важливим питанням є виділення елементів поняття «концепт». Тут за основу беремо наукові розвідки з когнітивної лінгвістики та лінгвокультурології, які були предметом дослідження українського мовознавця В. Пліса. Він, провівши ряд досліджень, прийшов до висновку, що концепт утворюють такі складові:

- чуттєвий образ;

- інформаційний зміст;
- інтерпретаційне поле [35, с. 116].

Елемент чуттєвого образу складається з перцептивних когнітивних ознак, що формуються у свідомості, та образних ознак, що формують метафоричне осмислення того чи іншого предмета чи явища. Елемент інформаційного змісту, відповідно до термінології в тих же матеріалах дослідника В. Пліс, є близьким до змісту саме словникової дефініції. Третій складник, тобто інтерпретаційне поле, становить собою когнітивні ознаки, що інтерпретують головний зміст концепту. На думку дослідників, інтерпретаційне поле зазвичай стиснуте до основних ознак змісту крізь призму сприйняття реципієнта – історія, метафоричність, сучасні асоціації, оцінки з урахуванням етнокультурного контексту тощо [35, с. 118].

Спробуємо відмежувати «концепт» від «поняття» за такими відмінностями:

1. Концепт є ширшим за поняття та включає в себе більшу кількість проявів, зокрема емоції, інтуїцію, почуття та навіть афекти, а не обмежується просто логікою.

2. Поняття належить до мовної сфери, тоді як концепт є одиницею узагальнення досвіду, не лише мовного, а й позамовного.

3. Поняття є невід'ємною частиною концепту, утворюючи його інформаційне ядро.

Отже, за цитатою Г. Вишневської, з якою погоджуємося повністю, «концепти не тільки мисляться, вони переживаються» [8, с. 10].

У сучасному світі медіасфера, що зазвичай представлена засобами масової інформації, відіграє, за нашим переконанням, значну, часто вирішальну роль для членів будь-якого суспільства у формуванні того чи іншого концепту. Загалом, основна інформація, яку доносять ЗМІ, базується на концептах.

Питання концептів у медіасфері вивчали такі мовознавці, як Н. Гуменюк [12], В. Літяга [27], В. Різун [44] та інші.

Основними репрезентантом концепту, згідно з дослідженнями вже згаданого дослідника В. Пліс, є слово [35, с. 117]. Слово завдяки своєму значенню передає ряд концептуальних ознак, релевантних для повідомлення, а також воно є засобом доступу до концептуального значення. Також слова здатні викликати й інші концептуальні знаки, які не стосуються цього слова безпосередньо, простіше кажучи, слова здатні викликати асоціативний ряд та приховані контексти. Текст, що складається зі слів, становить собою мовленнєвий масив, у якому ті чи інші концепти створюються, формуються та актуалізуються.

Протягом довгого часу слово у вербальному та невербальному вигляді, на думку частини наукового суспільства того часу (зокрема, Ліппмана та Лакоффа) був єдиним варіантом формування концептів у ЗМІ. З іншого боку, дослідниці О. Кубрякова та І. Шевченко вважають, що «найважливіші концепти виражені в мові, але частина інформації представлена у психіці принципово іншим способом, тобто ментальними репрезентаціями іншого типу – образами, картинками, схемами». На нашу думку, ця позиція є більш доречною та актуальною, оскільки в контексті медіасфери вирішальну роль у формуванні концепту відіграє саме візуальна його презентація [57, с. 235].

В. Пліс, посилаючись на своїх колег зі сфери когнітивної лінгвістики, зауважує, що у свідомості існує безліч саме невербалізованих та візуальних концептів, представлених в психіці людини [35, с. 118].

Г. Лильо, погоджуючись із думкою Г. Ковжого, погоджується з тим, що «журналістський дискурс, поєднуючи вербальну та невербальну інформації, ускладнює дослідження концептів у своєму полі», а «журналістикознавство дозволяє вивести такі дослідження на якісно новий «надлінгвістичний» рівень, пов'язаний із візуальною складовою ЗМІ» [Цит. за: 26].

Говорячи про структуру зображення концептів у медіасфері, вважаємо, що не варто і не можна обмежуватися лише аналізом вербальних засобів

окреслення концептів. Наприклад, те ж зображення чи відео може доповнювати та дублювати інформацію, а в деяких випадках бути самостійним носієм інформації. Так, С. Симоненко стверджує, що візуальний елемент концепту завдяки своїй знаково-символічній функції наочно виражає те, що не може бути сприйняте як чуттєвий образ, а отже, належить до сфери раціонального як поняття, категорія, концепція [50]. Г. Лильо, зі свого боку, наголошує на тому, що «візуально актуалізований концепт через символ чи знак виконує в медіатексті крім інтелектуально-комунікативної, функції репрезентативну, аксіологічну, сенсотвірну тощо [26]. Т. Семенюк і С. Усік переконані в тому, що «з огляду на семіотично гетерогенний характер сучасних текстів, які є полікодовими – такими, що містять у своєму складі вербальні, невербальні та паравербальні компоненти, вважаємо, що концепти можуть мати не лише вербальну, а й невербальну об'єктивацію – стратегічну тенденцію репрезентації важливих і складних елементів за допомогою зображувальних елементів» [49, с. 258]. Отже, візуальна складова у поєднанні з вербальною конкретизує та деталізує концепти.

Тісний зв'язок поміж знаком і словом зумовлює схожість процесів концептуалізації, символізації та візуалізації понять, що простежуємо як в експліцитно, так і в імпліцитно виражених елементах медіатекстів».

Незважаючи на відсутність єдиної думки щодо представленості інструментів формування концептів у медіасфері, ми підтримуємо позицію про те, що ЗМІ формують концепти не лише вербальними засобами та текстовими масивами, а ще й фотографіями, піктограмами, відеоматеріалами, діаграмами, графіками тощо. Ці засоби, на нашу думку, є такими, що швидше сприймаються та декодуються реципієнтами, внаслідок чого це полегшує роботу з формування та видозміною тих чи інших концептів.

Досліджуючи питання критеріїв типології концептів, виявили, що оскільки концепт є базовою категорією лінгвістики, то чимало вчених, беручи за основу ті

чи інші критерії (зокрема форму вираження, абстрактність, пріоритетність та значущість тощо), виділяли ряд його класифікацій. Так, В. Пліс виокремлює конкретні та абстрактні концепти. Конкретні зберігають частіше чуттєвий характер, і тому вони легко впізнаються і легко розрізняються та класифікуються. Зміст таких концептів розкривається переважно остенсивно – через демонстрацію предмета або явища. Абстрактні ж концепти важче піддаються опису, їх не так легко класифікувати [35, с. 119].

Ще одним варіантом є критерій смислового наповнення, згідно з дослідженнями В. Пліс. Дослідник розрізняє «інтразону» (внутрішнє смислове наповнення) та «екстразону» (зовнішнє смислове наповнення). Науковець виділяє такі види концептів:

- пропорційні, які збагачують відразу інтразону екстразони;
- граничні, де збагачується тільки інтразона, тоді як екстразона взагалі відсутня;
- рудиментарні, які збереглися тільки у складі деяких одиниць екстразони і майже втратили інтразону [35, с. 117].

Існує також позиція критеріїв типології концептів, що виражається мовними одиницями, тут науковець виділяє два види концептів: 1) номіновані, що мають стандартне мовне вираження (словом або фразосполученням); 2) неноміновані, що не мають загальновідомого мовного вираження.

За рівнем відображення народної ментальності вчені також класифікують концепти на національні, або етнокультурні, та на універсальні.

Звертаємо увагу на те, що побудова вичерпної класифікації – нездійсненне завдання. Це пояснює детальне розроблення у мові актуальної для людини сфери буття, розмитість смислів і нелогічність, суперечливість щоденної практичної свідомості. Крім того, концепти – це динамічні утворення, які є більш рухливими, ніж значення слів, які зафіксовані у словниках.

Визначаючи складність побудови типології концептів, В. Пліс охарактеризовує ряд підходів. Перший підхід базується на тезі про явну та неявну орієнтацію на мову, в якій вони репрезентуються. У цьому разі виділяються предметні, ознакові, подійні концепти. Другий підхід зорієнтований на когнітивну психологію. Осмислені фрагменти досвіду співвідносяться з картинами, картами, сценаріями, фреймами, гештальтами. У такому разі структуруються уявлення, які закріплені за фрагментованою дійсністю. Третій підхід асоціюється з етичними і естетичними категоріями. Четвертий підхід побудований від дискурсу, у якому реалізуються ці концепти [35, с. 117]. Усі ці підходи важливі при аналізі певних концептів.

Якщо детальніше зупинитися саме на моделюванні семантичної структури, то тут звертаємося до робіт О. Качмар та А. Приходька, які описують семантичну структуру концепту за допомогою компонентного аналізу, виокремлюючи в концепті ціннісну, поняттєву та образну сторони (джерело); поняттєву, образну та ціннісні складові; поняттєвий субстрат, перцептивно-поняттєвий субстрат, а також валоративний епістрат; первинну форму-концепт, чуттєво-зоровий образ, логічне поняття та символ [42, с. 286]. На нашу думку, хоча й відмінності в підходах до семантичної структури концепту є досить умовними, але все ж ми вдамося до останнього набору складових семантичної структури концепту (первинна форма-концепт, чуттєво-зоровий образ, логічне поняття та символ), оскільки інші вказані складові є складними та потребують окремої наукової роботи. Тим не менш, спираючись на обраний нами набір складових, спробуємо ефективно вичленити в будь-якому концепті якісно відмінні складові, які можна описати за допомогою аналізу мовних знаків із різних позицій, зокрема лексичне значення, конотативність та денотативність, асоціативність, образність та метафоричність, національно-культурна специфічність тощо. Саме це нам і необхідно при подальшій роботі з концептом з аспекту вивчення семантичної структури концепту. Проте не обмежуємося в

дослідженні лише вербальними знаками, а й виділяємо візуальні символи концепту.

Структура терміна «концепт», типи концептів та різновиди концептуальних полів чітко зображені на Рисунку 1.1, де Т. Ястремська вказала місце концепту в загальній мовній системі.

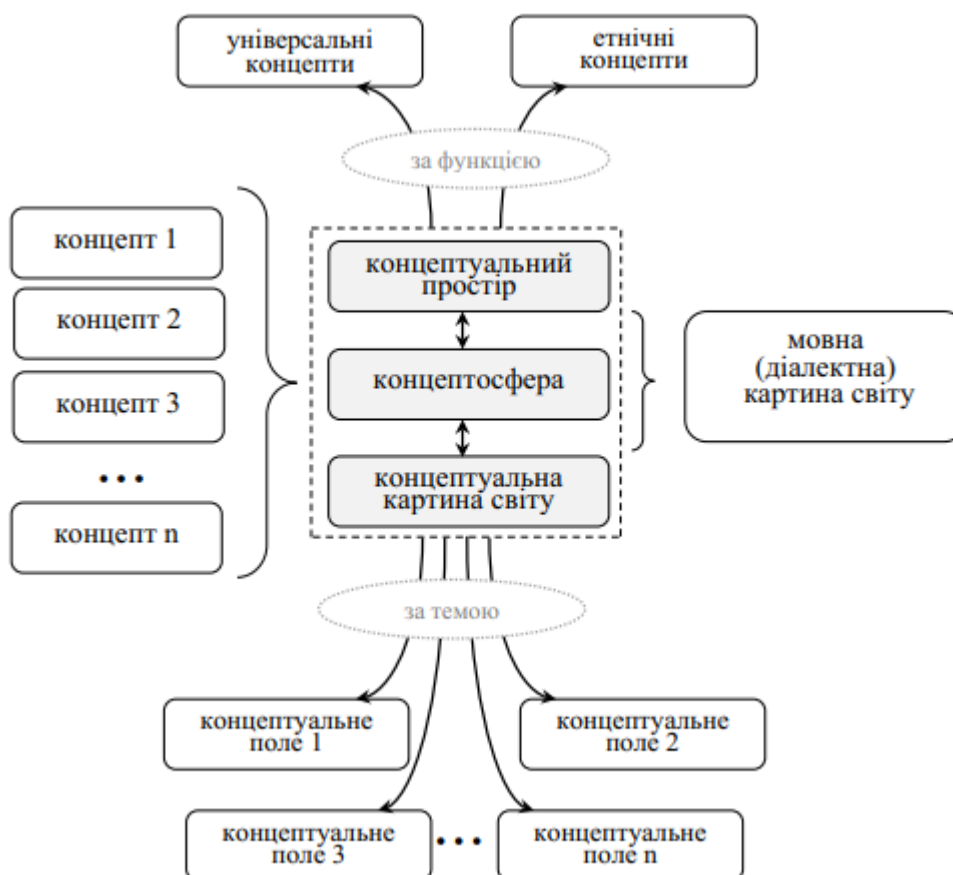


Рис. 1.1. Концепт як елемент системи за Т. Ястремською [62]

Т. Ястремська переконана, що «форма концепту, його вербальне вираження – «номінативний простір», який охоплює систему номінацій – передусім лексичні, синтаксичні та фразеологічні одиниці – мовні знаки, які слугують засобами експлікації концепту» (Рисунок 1.2).

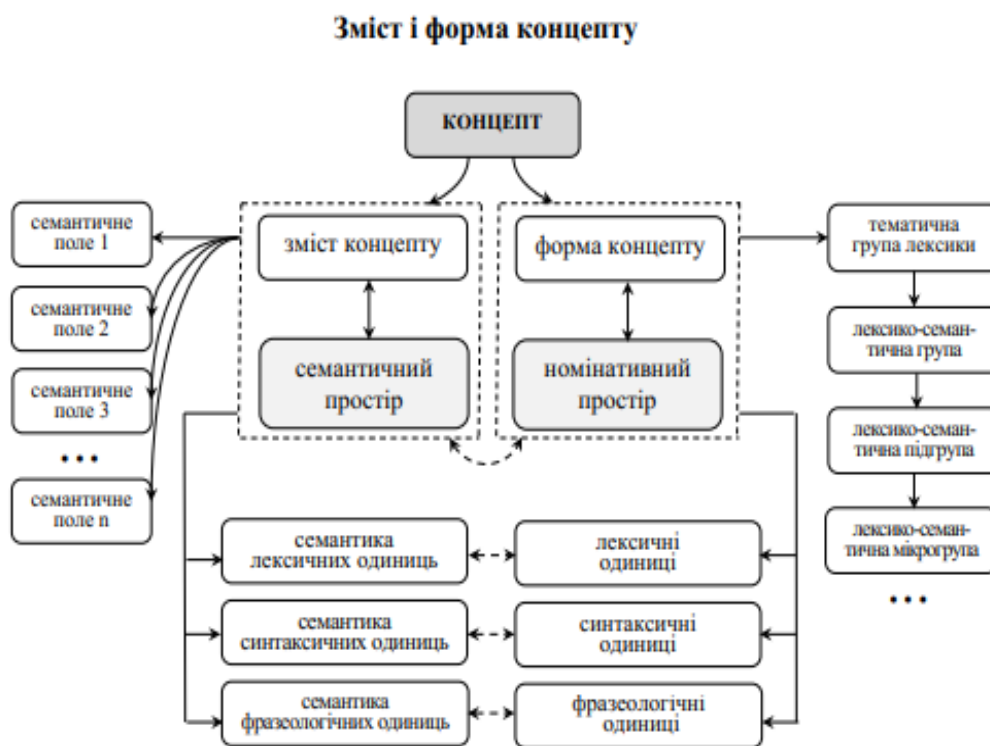


Рис. 1.2. Зміст і форма концепту за Т. Ястремською [62]

Розгляд різноманітних засобів вираження концепту привів лінгвоконцептологів і М. Полюжина до висновку про те, що концепт формується:

- 1) гештальтом і фрейм-структурами;
- 2) комплексом значень відповідного слова, його асоціацій і конотацій;
- 3) усім, що ми знаємо про об'єкт;
- 4) категоріями й формами рідної мови;
- 5) готовими лексемами та фразеосполученнями, вільними словосполученнями, синтаксичними конструкціями, текстами й сукупностями текстів;
- 6) словом;
- 7) коренем слова;
- 8) усією сукупністю мовних і немовних засобів [37, с. 217].

Зауважимо на тому, що науковець акцент робить саме на вербальній складовій концепту і зовсім не враховує зоровий, вербальний чинник.

Отже, беручи до уваги окреслені вище підходи й зазначені ознаки концепту, зауважуємо, що його структура включає в себе поняттєвий, образний, ціннісний, символічний, національно-культурний та ідейний компоненти.

Окремим важливим питанням є вивчення концепту «Україна» іншими дослідниками. Тут зазначимо, що з початку повномасштабного вторгнення ґрунтовних наукових робіт на цю тему не було, тому базуємося на більш ранніх роботах. У своїй більшості предметом вивчення була вербалізація концепту «Україна» в англomовних ЗМІ, наприклад, у роботах Н. Гуменюк та О. Шабас [12], а також дисертаційне дослідження Т. Мудраченко [32] «Актуалізація концепту Україна в сучасному англomовному газетному дискурсі», де авторка аналізує вербалізований концепт «Суверенна Україна» і розглядає його за чотирма концептуальними полями: політика, економіка, народ України та культура України.

Концепт «Україна» як самостійне явище розглядався в різних типах дискурсу: В. Кононенко [23], І. Хоменська [54] – художній дискурс, Г. Яструбецька [63] – концепт у творах В. Стуса, Е. Боева [4], В. Остапчук [34] – у творах Т. Шевченка тощо.

Більша частина вказаних матеріалів вивчала саме вербальні засоби реалізації концепту. Зокрема, в роботі Н. Гуменюк та О. Шабас під назвою «Вербалізація концепту «Україна» в англomовних ЗМІ періоду 2015-2018 рр.» вчені зазначили, що концепт не має жорсткої структури, він є об'ємним, тому неможливо зафіксувати усі мовні засоби вираження концепту, тобто жоден концепт, за їхнім переконанням, не може бути вираженим у мовленні повною мірою [12, с. 110]. З огляду на це, в їхній роботі концепт був досліджений саме з погляду теорії поля, де польова структура передбачає наявність «ядра» та

«периферії». Водночас було зазначено, що способи вербалізації концепту є відкритими, тобто він завжди може бути зміненим та доповненим.

Учені дійшли до висновку, що концепт «Україна» в англомовних ЗМІ був сформований в основному нейтральним лексико-граматичним полем, яке було представлено мовними одиницями типу назви міст (Київ, Львів), прізвищ та імен високопосадовців того часу, назв українських організацій, назв українських ЗМІ та актуальних подій, що в Україні відбувалися. Разом з тим було помічено, що в англомовні ЗМІ потрапляють мовні одиниці з позитивною семантикою, наприклад «friends», тобто «друзі».

Що стосується роботи Ю. Козир «Концепт “Україна-Росія” як актуальна теоретична проблема», то в ній був проведений аналіз концепту в українських та російських ЗМІ стосовно релевантності, частоти згадування та забарвлення. Зокрема була проведена класифікація ЗМІ на українські, російські та українські проросійські, тому передбачувано тут виділено такі нейтрально-негативні поля концепту «Україна», як, наприклад: «Україна – боржник», «Україна – частина СНД» тощо [Цит. за: 12, с. 110].

Нам більш імponує розвідка саме Н. Гуменюк та О. Шабас під назвою «Вербалізація концепту «Україна» в англомовних ЗМІ періоду 2015-2018 рр.», оскільки саме вона є ближчою до теми нашої кваліфікаційної роботи та в ній застосовані більш прості у використанні та зрозумілі засоби реалізації концепту – вербальні та візуальні. До того ж, на нашу думку, після початку повномасштабного вторгнення дослідження будь-якої взаємодії України з РФ, окрім дослідження інформаційних війн, не є продуктивною. Ми у своєму дослідженні спробуємо проаналізувати концепт «Україна» і як територіально-суверенний осередок, і як країну, що перебуває у стані війни, виявити чинники, які впливають на формування образу країни (позитивного чи негативного).

Отже, можемо стверджувати, що концепт – це досить складна структура, яку всебічно досліджують чимало українських вчених-мовознавців. За основу

нашого дослідження було взято твердження про те, що концепт – це одиниця ментального рівня, якою оперує представник певної культури в процесі мовомислення та пізнання, яка відображає картину світу в людській психіці та має вигляд «згустків» знання, набутого в процесі теоретичної та емпіричної когніції. Зазначимо також, що немає єдиного формату дослідження концептів та засобів їх реалізації, тому ми базувалися на цілій плеяді наукових досліджень та обрали ті елементи, які є найбільш коректними для нашої кваліфікаційної роботи.

1.2 Методологія дослідження поняття концепту

Для вивчення методології та конкретних методів дослідження ми спираємося на наукову розвідку Н. Герасимчука, згідно з яким «наукове дослідження – один із видів пізнавальної діяльності, який являє собою процес вироблення нових наукових знань». Метою будь-якого наукового дослідження є отримання корисних результатів для діяльності людини шляхом всебічного, об'єктивного і ґрунтовного вивчення явищ, процесів, характеристик спираючись на розроблені у науці принципи та методи пізнання. Простіше кажучи, процес створення наукової праці починається з певної ідеї чи припущення, а закінчується практичним доведенням правильності гіпотези та суджень [10].

Виділяють п'ять основних етапів наукового дослідження (Рисунок 1.3.). Так, вчені визначають на кожному етапі важливі кроки до підготовки та проведення дослідження, починаючи від виникнення ідеї та формування мети й завдань до підтвердження гіпотези, з використанням дуального підходу до аналізу, оформлення і впровадження наукових підходів (а саме наукових законів та наукових теорій).



Рис. 1.3. Етапи наукового дослідження за В. Демидовим, В. Зацерковним та І. Тішаєвим

У нашому дослідженні було використано ряд загальнонаукових методів, зокрема аналіз наукових і публіцистичних джерел, ретроспективний, теоретичний аналізи та власне синтез досліджень. Усе це в симбіозі і є «методологією дослідження», яку ми й висвітлюємо в цьому розділі.

Методологія – це концептуальний виклад мети, змісту, методів дослідження, які забезпечують отримання максимально об'єктивної, точної, систематизованої інформації про процеси та явища.

У межах нашої наукової роботи постає необхідність вивчити методологію дослідження власне поняття концепту, а не обмежуватися стандартними загальнонауковими методами.

Окреслене питання досліджувало чимало науковців, зокрема українські мовознавці, О. Качмар [21], Ж. Краснобаєва-Чорна [24], О. Ладика [25], М. Полюжин [39], А. Приходько [42] та інші.

Методологія вивчення концепту зазвичай передбачає врахування ряду факторів: насамперед завдання, що ставить перед собою дослідник; по-друге матеріал, який береться дослідником для вивчення; в ряді випадків також визначається, чи досліджується концепт лише в рамках однієї мовної групи або етносу, чи в порівняльному аспекті між мовними групами чи етносами.

Згідно з роботами О. Ладика, в сучасній методології дослідження концептів застосовують ряд підходів, зокрема:

- структурно-семантичний (згідно з Т. Бойко);
- структурно-семантичний з інтеграцією методу компонентного аналізу й польового методу для опису конкретного концепту чи концептосфери (відповідно до О. Качмар);
- вивчення концептів за допомогою когнітивних метафор (О. Ладика та інші).

Найпоширенішими методами дослідження, на думку О. Ладика, є аналіз словникових дефініцій для вивчення смислових ознак концептів, що вербалізуються мовними одиницями; етимологічний аналіз ключового слова-імені концепту та побудова лексико-фразеологічного поля слова. Зі свого боку, застосування синонімічних одиниць і метафоричного ряду допомагає більш всебічно вивчити той чи інший концепт [25, с. 49].

Нерідко вчені, зокрема К. Карпова з О. Качмар [21] та ряд інших, вдаються у своїх наукових розвідках до методу контекстуального аналізу, в якому поряд із конкретними індивідуальними ознаками предметів чи явищ враховуються ознаки контекстів, до яких вони належать та з якими пов'язані.

О. Ладика також наголошує на тому, популярністю користується й аналіз когнітивних метафор як змістових структури концепту, оскільки при чисельних

дослідженнях лінгвокультурного концепту аналіз реперзентації концептів у пареміях, афоризмах та авторських конотаціях сприяє розширенню переліку засобів вираження концепту [25, с. 49].

Переконані, що усі ці підходи в методології є доцільними, коректними та загалом, а тому беремо їх в основу методологічного підходу в нашому дослідженні щодо концепту «Україна». Тим не менш, на нашу думку, є ще ряд методик, роль яких не можна применшувати.

Зокрема, враховуючи наукові розвідки В. Пліс, слід також враховувати при дослідженні й семіотичне та асоціативне поля концепту [35, с. 116]. Не можна ігнорувати такими методами, як кількісний та якісний аналіз фактичного матеріалу, адже саме вони забезпечують всебічну й об'єктивну його оцінку.

Зокрема якісний аналіз у нашому дослідженні дозволяє детально вивчити матеріали та відслідкувати кореляцію змісту в часі під впливом певних чинників. Зі свого боку, кількісний дає нам можливість чітко окреслити обсяг фактичного матеріалу, виявити та полегшити її стандартизацію. Однак спиратися на ці прості методики повною мірою ми не будемо, оскільки є низка методів, яка дозволяє нам більш ефективно вивчати окреслену тему та досягати поставленої мети.

Ще одним, насправді базовим, але тим не менш фундаментальним методом є аналіз наукових джерел. Саме він зазвичай і є головним для наукових робіт початківців, оскільки дозволяє чітко визначити ступінь дослідження того чи іншого питання, виявити незаповнені лакуни та окреслити конкретний напрямок власного наукового пошуку. Ретельне дослідження наукової бази дозволяє нам відокремити відоме від невідомого, зафіксувати накопичений досвід, встановлені факти, та найголовніше – конкретизувати та чітко сформулювати досліджувану проблему.

Будучи невід'ємною частиною дослідницької діяльності на всіх етапах наукової розвідки, робота з літературою є основою попереднього етапу будь-якої наукової праці, в якій окремим методом є огляд чи аналіз дотичної наукової бази.

Саме при роботі з джерелами на нашу думку обирається чи уточнюється тема, визначається завдання та методологія виконання цього самого завдання. Причиною цього є те, що беручись до будь-якого дослідження, для ефективної роботи необхідно чітко уявляти сучасний стан питання й загалом все, що має відношення до теми дослідження [15, с.255].

Загалом, дослідження чинних методик аналізу концептів дав нам змогу зробити ряд узагальнень, зокрема вони попри всі розбіжності спираються на однакові дослідницькі процедури, наприклад, компонентний аналіз, етимологічний аналіз, контекстуальний аналіз, якісний та кількісний аналіз. Отже, доцільно використовувати комплексну методика, що буде враховувати частину або всі раніше перелічені нами методики для всебічного та вичерпного аналізу різних аспектів концепту.

Зауважимо, що в нашій дослідницькій кваліфікаційній роботі ми будемо спиратися на дослідження концепту «Україна» саме як лінгвокультурного концепту, оскільки його культурна та цивілізаційна цінність є очевидно та такою, що не піддається сумніву з боку українського наукового середовища.

Ще одним з ключових інструментів дослідження, до якого ми будемо звертатися під час дослідження концепту «Україна» у вітчизняній медіасфері, є контент-аналіз.

Контент-аналіз становить собою детальний аналіз однорідних документів, що, переконані, є доречним під час досліджень публікацій вітчизняної медіасфери, що по суті своїй продукує дискурс комунікативної кореспонденції. Контент-аналіз зазвичай визначається як кількісний і якісний аналіз текстів із метою подальшої інтерпретації виявлених закономірностей чи особливостей, в свою чергу метою подібного методу дослідження є перенесення вербальної інформації в невербальну більш точну та коректну форму. На нашу думку, подібний підхід є необхідним у дослідженні поняття будь-якого концепту, включно з нашим [10, с.156].

Контент-аналіз представляє з себе строгий та точний науковий метод, який припускає систематичну і надійну фіксацію певних елементів змісту, мовних засобів певної сукупності документів із подальшою кількісною обробкою отриманих даних. За допомогою контент-аналізу встановлюються не тільки характеристики документальних джерел, але і функції всього комунікаційного процесу: соціальні орієнтації і установки автора тексту; цінності і норми, відтворені в документах, ефективність їх сприйняття аудиторією. Контент-аналіз спрямований на створення кількісного опису смислового і символічного змісту документа. Контент-аналіз найчастіше використовується для оцінки якості і кількості наявних імен (компанії, особи, бренду, ідеї) в пресі порівняно з конкурентами в тій же категорії [10, с.157].

Існують два види контент-аналізу – кількісний і не кількісний. Некількісний контент-аналіз заснований на нечастотній моделі змісту тексту, при цьому фіксується наявність елемента змісту тексту – індикатора, доречний категорії змісту. Цей підхід дозволяє виявляти типи якісних моделей змісту. Кількісний контент-аналіз заснований на використанні кількісних заходів, його завдання отримати кількісну структуру текстового змісту. Обидва типи контентаналізу об'єднує те, що вони засновані на явно сформованих правилах процедури дослідження. Процедура контент-аналізу забезпечує визначення категорій – ключових понять досліджень, згідно з якими доведеться сортувати елементи змісту. Від вибору категорії в значному ступені залежить характер отриманих даних. Контент-аналіз допомагає створити зображення бачення, яке створюється у суспільстві ЗМІ. Тому всі визначення контент-аналізу підкреслюють його об'єктивний характер [10, с.160].

Найбільших результатів контент-аналіз приносить при обробці великої кількості текстових матеріалів, він дає можливість: по-перше, виявляти тенденції зміни поглядів та позиції, шляхом зіставлення текстів одного автора датованих різним часом; по-друге, виявити відмінності характеризуючи зміст текстів, що

належать різним авторам, шляхом зіставлення цих текстів [10, с. 162]. Ми вважаємо, що саме вищевказані властивості контент-аналізу і є ключовими при обробці поняття «концепт» як в статиці, так і в діяхронії.

Окремо зазначимо, що саме контент-аналіз став одним з основних інструментів вивчення концепту «Україна» у вітчизняній медіасфері завдяки своїй властивості обробляти великий масив даних та стандартизувати його. Це дозволило нам ефективно проаналізувати більше п'ятисот публікацій в двох різних виданнях та виділити окремі змістові поля концепту та їхню трансформацію протягом певного проміжку часу.

Отже, проаналізувавши методологію дослідження концептів, можемо стверджувати, що сучасні вчені одностайні в тому, що концепт, який часто вбирає в себе особливості менталітету етносу, віддзеркалює культурний розвиток нації, виражається мовними засобами та характеризується досить складною змістовою структурою та організацією. Основними підходами при дослідженні концептів є: структурно-семантичний підхід, метод контекстуального аналізу, метод метафоричного аналізу та ряд інших елементів досить широкого інструментарію. Саме поєднання різних методів та підходів під час вивчення концепту зумовлене кінцевою метою дослідження й дає змогу розкрити його специфіку та зміст загалом.

Наприклад, контент-аналіз надає нам фактичний матеріал, який містить змістове наповнення аналізованого концепту, дозволяє виділяти їхні вербальні засоби, особливості та певним чином кількісно чи якісно систематизувати концепти за обраним критерієм. Метод порівняння застосовують при вивченні концептів, сформованих різними медіа, він дозволяє зіставити концепти між собою чи виявити змістові поля якогось конкретного концепту. У роботі визначаються критерії зіставлення явища, за якими й увиразнюють одну спільну ознаку, що стає моделлю цього порівняння, наприклад, тематичне поле концепту, вербалізатори. Структурний підхід до зіставного вивчення концепту

передбачає й застосування компонентного аналізу, який полягає в поділі концепту на тематичні поля, а поля – у вербальні, зображальні засоби та у візуальні елементи.

Окреме місце в нашому дослідженні зайняв метод контент-аналізу та його важливість в дослідженні концептів в нашій медіасфері. Такі особливості контент-аналізу, як можливість виявлення тенденції зміни поглядів та позиції в повідомленнях в діахронії та можливість обробки великих масивів повідомлень в цілому для нас є ключовими в роботі з концептом «Україна» у вітчизняній медіасфері.

Вважаємо, що цей напрямок є перспективним як в плані вивчення тих чи інших концептів у мовній картині світу конкретної нації, так і людської цивілізації загалом, хоча це і потребує подальших досліджень та наукових розвідок.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ «УКРАЇНА» У ВІТЧИЗНЯНІЙ МЕДІАСФЕРІ

2.1 Концепт «Україна» в медіа в умовах воєнного стану

Завдяки глобалізації протягом останніх десятиліть була сформована вітчизняна медіасфера як платформа для поширення інформації в найрізноманітніший та найшвидший спосіб, а також як засіб формування концептів, зокрема «українці», «Україна» тощо не лише на інформаційному просторі нашої країни, але й за її межами.

Українське громадянське суспільство пройшло не один етап свого становлення, протягом яких концепт «Україна» видозмінювався й модифікувався. Діджиталізація певним чином активізувала цей процес. Вплинуло на докорінну зміну змістових акцентів концепту «Україна» й повномасштабне російське вторгнення. Для дослідження окресленого концепту у вітчизняній медіасфері взято два провідних українських видання – «Українська правда» (далі – УП) та «Радіо свобода Україна» (далі – РС), оскільки ці медіа мають довгу професійну історію і їхня діяльність найкраще може висвітлити це питання в аспекті тривалого формування концептів і чинників, які на них впливали.

Узявши за основу структуру поняття концепту, яка була окреслена в теоретичному розділі, розглянемо спершу концепт «Україна» як чуттєвий образ, метафоричний образ, який виникає в нашій свідомості при використанні ключової кореневої частинки «україн» та похідних від неї, а саме: «Україна», «українець», «українка», «український», «українська». Основне змістове наповнення власне концепту «Україна» малює в уяві громадян і такі образи, як «рідна земля», «ненька», «батьківщина», «дім». Однак на офіційному рівні

Україна сприймається як поняття зі значенням «держава», яка має чітко окреслену територію. На нашу думку, складним процесом є розуміння концепту «Україна» саме в межах останнього елементу, його інтерпретаційного поля, оскільки тут важливо усвідомлювати, в якій саме сфері ми його інтерпретуємо: літературній, історичній, публіцистичній, науковій тощо. Об'єктом нашого дослідження є медіапростір, а отже, нас цікавить формування й функціонування названого концепту саме в публіцистичному контексті вітчизняних ЗМІ.

Зазначимо, концепт «Україна» протягом історії незалежності України мав досить змішане за своїм характером трактування та навіть ряд негативних версій: **«Корумпована»**, **«Пострадянська»**, **«Нестабільна молода демократія»** тощо. Це дуже чітко простежується в публікаціях видань передвоєнних, особливо часів перед Революцією Гідності. Мали місце заголовки типу: «Україна – дуже корумпована країна в Східній Європі», «Україна не готова до вступу в ЄС, бо корумпована, на думку європарламентарів» та «Чому пострадянська Україна так люто бореться за титул найкорумпованішої країни Європи?». Як бачимо, більша частина стосується саме фрейму **«Україна – корумпована країна»**, що однозначно негативно впливало на нашу міжнародну репутацію, інтеграцію зі світовими та європейськими організаціями зокрема та насамперед на внутрішні настрої українського суспільства. Тим не менш, початок повномасштабного вторгнення суттєво змінив фреймові поля концепту «Україна» як у вітчизняній, так і в міжнародній пресі. Деякі медіа вводять нову рубрику – «Війна» (наприклад, «Радіо свобода»), оскільки це тема, яка хвилює не лише українців, а й увесь світ. Читачі вимагають оперативної інформації про хід війни. Звісно, що такі події не могли не вплинути й на засоби створення нового сенсу концепту «Україна».

Наголосимо на тому, що з 24 лютого 2022 року і впродовж кількох днів Україна в медіа постала як **«Україна-жертва»**, на яку без попередження напала сусідка – Росія. Це видно із заголовків типу «Початок повномасштабного

вторгнення», «У містах України чутні вибухи», «Російські війська наступають на Чернігівщину», «Росія атакує мирних мешканців і шукає підступи до Києва». Вербалізаторами цієї теми є такі слова: «росіяни накрили вогнем» (УП), «українці зупиняють російську техніку "голими руками"» (УП), «загинули десятки мирних жителів» (УП), «загиблі та поранені серед цивільного населення» (УП), «противник завдав авіаційних ударів» (УП), «Колони бронетехніки російської армії намагаються оточити Київ» (РС), «проти України Росія застосовує заборонені касетні боєприпаси» (РС) та багато інших.

Тим не менш, подальші події повністю змістять це змістове поле концепту, оскільки Збройні сили України спочатку стримують російську навалу (в заголовках УП це відображається на прикладі «Україна б'ється за позиції в Гостомелі: там триває бій»), потім зупиняють збройні сили РФ (прикладом є статті під назвою: «Україні вдалося зупинити російські війська. Тепер Путін продовжує наказувати своїм військам йти вперед» та «Українці зупинили просування росіян на двох ключових напрямках») та зрештою ситуація досягає кульмінації під час Харківської офензиви. У вересні-листопаді 2022 року матеріали на кшталт: «Сили оборони України деокупували вже більше 40 населених пунктів у Харківській області», «Україна захищатиметься ударами по складах і базах РФ, світ визнає наше право» перетворили фрейм «**Україна-жертва**» на «**Україна – борець за свою свободу**» та ряд інших позитивних конотацій. Лексика висвітлення цієї тематики належить до нейтральних груп, має позитивну конотацію: «нищимо окупантів до повної Перемоги» (УП), «український контрнаступ» (УП), «Україна поступово просувається на півдні» (УП), «Україна перехопила ініціативу» (УП), «Сили оборони України продовжують ведення наступальної операції» (УП), «Українські захисники закріплюються на досягнутих рубежах» (УП), «Збройні сили України звільнили від російських військ 11 населених пунктів на Херсонщині» (РС), «Україна

бореться на війні за свободу, за демократію» (РС), «Українці створили дуже компетентне військо» (РС) тощо.

Досить цікавим фреймом у цій площині, на нашу думку, є продовження концепту «Україна» у вигляді змістового поля «**Україна – надійний член НАТО**». І про цю надійність свідчить світова підтримка нашої країни, а також готовність країн-членів НАТО сприяти вступу України до альянсу. Це тематичне поле формують такі заголовки аналізованих медіа: «Спільна заява лідерів країн Північної Європи: підтримують членство України в ЄС і НАТО» (УП), «майбутнє України та її народу – в євроатлантичній родині» (УП), «країни-члени ЄС рішуче підтримуватимуть Україну» (УП), «всі члени НАТО згодні з тим, що Україна стане членом Альянсу», «Вступ до НАТО. Шведи прокладають шлях для українців» (РС) та багато інших.

Цікавим для аналізу є і матеріал «Україна стала фортецею на кордоні НАТО й має бути в альянсі» та ряді інших, зокрема в колонці «Україна в НАТО: як північноатлантичному альянсу посилитися та стати глобальним?». Наведемо цитату з вказаного матеріалу: *«Ми стали гарантом того, що не лише прагнемо сховатися під парасольку захисту коштом високих ризиків для західних суспільств, а й що українці готові захищати їх. Ми отримали унікальний досвід застосування ударних безпілотних систем, маючи сотні спеціалізованих підрозділів та ударних груп, а також досвід впровадження оборонних інновацій»*. Вербалізаторами тут є такі мовні засоби: «очевидне членство України в НАТО», «створення Ради Україна-НАТО», «підтримали європейську та євроатлантичну інтеграцію України».

Зазначимо, що формування цього фрейму відбувається як зсередини, так і ззовні, тобто як з боку країн-членів НАТО, так і з боку власне українського суспільства. Прикладом всебічної підтримки міжнародної спільноти, яка полягає не лише в гучних заявах, а у справді реальній підтримці (зброєю, фінансами тощо) є матеріал УП під назвою «Глава Мюнхенської конференції:

Україна має стати членом НАТО, щойно дозволять обставини», звідки беремо таку цитату: *«Ми повинні зробити все можливе, щоб допомогти Україні... Ми повинні надати Україні зброю і боєприпаси, необхідні їй для того, щоб відбити агресивну війну Росії. Свобода повинна бути захищена, а Україна зараз стоїть на передовій битви за свободу. Україна має стати членом НАТО, щойно дозволять обставини»*. Тут основним вербалізатором фрейму є «Україна має стати членом НАТО». Зі свого боку, як приклад формування цього концепту українськими ЗМІ з боку українського суспільства виділимо матеріали від УП під назвами: «Майже 80% українців з вступ до ЄС і НАТО», «Охочих вступити в НАТО стало в кілька раз більше за останні роки – опитування» та «Наразі українці вважають важливішими вступ до НАТО ніж до інших організацій, згідно з КМІС». Як бачимо, медіа використовують дані соціопитувань та інших видів опитування, зокрема в соціальних мережах. І це кардинальна зміна громадської думки щодо вступу України до НАТО чи ЄС.

Переконані, що цей одностайний консенсус серед міжнародного суспільства, українських громадян та вітчизняної медіасфери дозволяє ефективно формувати подібне змістове поле як невід’ємна майбутня частина власне концепту «Україна».

Цікавим та актуальним є новосформований фрейм концепту, який бере початок після повномасштабної війни, і це поле **«Україна, що захищає європейський світ»**, наприклад, про це свідчить заголовок «Україна захищає свободу Європи» РС від 24.02.2022 р.), «Україна як надія для нової Європи» (УП від 15.11.2023), тобто фреймове поле змістилося з позиції України як жертви на країну, що захищає не лише свою територію, а й світ загалом, не лише Європу, а ще й країни Балтії. Це продемонстровано в матеріалі під назвою «Україна стала фортецею на кордоні НАТО й має бути в альянсі»: *«Битва України набагато більша за Україну... Де-факто за 8 років російської агресії Україна перетворилася на фортецю на східному фланзі НАТО. Саме ми не дозволяємо*

Путіну перекинути війну на інші країни, зокрема Польщу та балтійські країни... Українська армія неодноразово доводила, що воює в стилі НАТО... З 2014 року фактично була створена нова українська армія з повного нуля... На полі бою українці довели, що відповідають критеріям ПДЧ на 100%. Якщо вони на це не заслуговують, то хто заслуговує? Настав час для НАТО вивчити урок Бухареста. І настав час для НАТО навчитися мужності України». Як бачимо, усе частіше журналісти пишуть про досягнення України у військовій сфері в досить короткий час, що зумовлено нагальною потребою через воєнні дії. А отже, це конотація аналізованого концепту.

Тобто, по мірі процесу трансформації змісту **«Україна-жертва»** в **«Україна – борець за свою свободу»** протягом року, йде відповідна реакція вже й від власне представників країн НАТО. Наведемо за приклад цитату видання «Радіо Свобода» зі статті під назвою «Україну слід якомога швидше запросити до НАТО»: *«По-перше, визначити перемогу. Мало того, щоб Україна вижила – вона має вижити як вільна, незалежна і демократична країна... Маємо допомагати Україні не лише скільки потрібно, а й так багато, наскільки можливо. По-друге, чітка стратегія передбачає нову європейську архітектуру безпеки, де Україна виступає як захист проти «відкритої», агресивної Росії. Це приводить мене до третьої знахідки: потрібно, щоб Україна якнайшвидше стала членом НАТО і ЄС. Надто, коли йдеться про НАТО, – ми повинні запросити Україну приєднатися якомога швидше. Це найвища гарантія безпеки України».* Така риторика світової спільноти допомагає будувати позитивний образ нашої країни за її межами, що, звісно, є хорошим сигналом для українців.

Суміжним є також поле концепту **«Україна – член Європейського Союзу»**. Незважаючи на те, що цей фрейм для нас є актуальним ще з часів Революції Гідності, після початку широкомасштабного вторгнення він став згадуватися набагато частіше. Прикладами подібного концептуального поля є

матеріали «Європейці прихильні до України в ЄС більше ніж до інших кандидатів» та «Вступ України в ЄС і НАТО гарантує безпеку Європи на десятиліття». Тут стверджується думка ряду європейських посадовців про те, що *«Вступ України в ЄС і НАТО завершить переформатування глобальної безпекової архітектури та гарантуватиме безпеку європейського континенту на десятиріччя вперед»*. Вербалізаторами є: «рішення Євросоюзу про відкриття переговорів щодо вступу України в ЄС» (УП), «Україна має беззастережну підтримку з боку Євросоюзу» (РС). І знову тут позитивне забарвлення тематичного поля концепту. Хоча до початку війни переважали негативні оцінки України через низький рівень демократії, високий рівень корупції у владі та низькі економічні показники.

Ще одним цікавим моментом є зміни фреймового поля «Україна-ЄС» до та після повномасштабного вторгнення. Як було зазначено вище, до 2022 року це фреймове поле зазвичай виражалося в статтях про надмірну корумпованість України як держави, що виражалося в заголовках типу «Україна не готова до вступу в ЄС, бо корумпована». Однак наразі акценти змістилися в більш позитивний бік і зараз поле представлене статтями із заголовками типу: «Нелегкий шлях, але великий успіх – Фон дер Ляєн про Україну в ЄС», «Україна має безпрецедентну можливість вступити до Євросоюзу», «Україна пройшла колосальний шлях в боротьбі з корупцією» тощо. Хоча мають місце і матеріали про головну перешкоду на шляху до вступу держави в Європейський Союз, якою досі є високий рівень корупції (УП від 09.11.2023 р.). І це в умовах війни, коли українці всіляко підтримують армію: волонтерять, донатять, допомагають, хто і чим може. А ось тема недореформованості судової гілки влади чи недостатнього рівня демократії в Україні уже не така нагальна та гостра.

Загалом в якості прикладу зміни підтримки України Заходом в набагато більш позитивний бік наведемо цитату зі статті «Підтримка України, ППО, мирна ініціатива. Лідери G7 оприлюднили заяву після зустрічі за участі

Зеленського»: *«Сьогодні ми знову підтверджуємо нашу непохитну підтримку та солідарність з Україною перед обличчям триваючої російської агресивної війни стільки, скільки буде потрібно... Ми сповнені рішучості допомогти Україні відремонтувати, відновити та захистити її критичну енергетичну та водну інфраструктуру»*. Як бачимо, тут змальовані перспективи нашої країни після перемоги у війні, тобто світ упевнений у нашій перемозі.

Разом із тим, в другій половині 2023 року місце має бути певна обережність та стриманий оптимізм замість всеохоплюючої ейфорії, якою були просякнуті матеріали досліджуваних нами видань ще у 2022 році. На зміну змісту концепту **«Україна, що майже перемогла»** прийшов фрейм **«Україна, що бореться та зрештою переможе»**. Тим не менш, в матеріалах згадується вже досягнуті цілі та пройдений шлях російсько-української війни. Так формується новий сенс **«Україна – країна, що буде боротися попри все»**. Наприклад, заголовки в УП: «Генсек НАТО про війну в Україні: Треба готуватись до довгого шляху», «Прем'єр Канади: Країни G7 завжди знали, що війна в Україні буде тривалою», «За пів року зросла частка українців, які орієнтуються на тривалу війну» та ін.

Яскравим прикладом втілення такого фрейму є авторська колонка секретаря РНБО для видання «Українська правда» Олексія Данілова під назвою *«Найтемніша ніч перед світанком»: «Українці з гідністю прийняли історичний виклик, чому віддають належне наші друзі та із зубним скреготом визнають наші вороги. На другому році війни, незважаючи на шалену втому і стрес, ми демонструємо оптимізм щодо майбутнього і впевненість у перемозі, хоча мужність і стійкість постійно піддаються випробуванню. ... Коли світ тільки готується, ми вже в центрі боротьби»*.

Варто озирнутись і згадати, яка величезна дорога пройдена, скільки зроблено і що досягнуто, ким ми були до 24 лютого і ким ми стали, як за неповні два роки ми пройшли шлях у двісті років. І головне, про наші уроки, про те, що

демократія і свобода має бути з кулаками і зубами, а біля орала завжди має стояти гарно змащений кулемет».

Що стосується дослідження саме матеріалів «Української правди», то провідним фреймом (чи змістом концепту) «Україна» з самого початку повномасштабного вторгнення є **«Бути українцем – гордість»** та **«Україна – країна вільних людей»**. Так, стаття УП від 24.02.2022 під назвою «Я – Українець» має своєрідний підтекст: я – Україна, і це звучить гордо. Цей заголовок за своєю суттю є видозміненою версією промови Джона Фіцджеральда Кеннеді «Ich bin ein Berliner»:

Нехай вони приїдуть до Києва.

Всі вільні люди, де б вони не жили, – громадяни України.

Тому я, як вільна людина, з гордістю заявляю: «Я – українець!»

Підтвердженням фреймового поля про Україну як державу вільних, незалежних громадян є приклад статті під назвою «Свобода велика і мала», яка резюмує усі «види» свобод країни: *«Щодня нам доводиться чути, що Україна воює за свободу. Що українці не мислять свого життя без свободи. Що свобода є найвищою цінністю для українського суспільства. Що українське майбутнє невіддільне від свободи.*

Є велика свобода. Свобода для цілої країни та для всієї нації. Свобода від сусідських домагань, від зовнішнього гноблення, від іноземних загарбників і колонізаторів. Свобода, що йде в одному комплекті зі словами "суверенітет" та "незалежність"».

А є мала свобода. Свобода для окремо взятого громадянина. Свобода розпоряджатися власним життям, долею, тілом, майном, особистим простором. Свобода, нерозривно пов'язана зі словосполученнями «права людини» та «ліберальні цінності»... Як правило, мала свобода неможлива без великої. Люди, які не зуміли відстояти незалежність своєї держави або тимчасово опинилися в окупації, прощаються і з особистими правами».

Чимала кількість висвітлення фрейму **«Україна – країна вільних людей»** простежується в великій кількості інтерв'ю, наприклад, у матеріалах: *«Це священна війна українців, в якій Росія програє з ганьбою» – Сергій Бульба, засновник білоруського Білого легіону» та «Руслан Стефанчук: Ми домовилися, що залишаємося тут»*. Кілька прикладів процитуємо нижче: *«Основний меседж, який я хотів донести, що основним пріоритетом для України станом на сьогодні є безпека держави та українського народу. Червоними лініями, які ми не переступимо, є територіальна цілісність, суверенітет, державна незалежність. Ці три речі, які точно не можуть бути в предметі договору», «Все це очковтирання і мультики, які робили для Путіна про те, що вони з космосу будуть всіх громити і бомбити. Закінчиться все перемогою. Історичною, концептуальною перемогою України. Свобода і Світло все таки переможуть»*.

Ці фрейми підтримувалися та посилювалися регулярно, так, наприклад, на річницю повномасштабного вторгнення на УП вийшов матеріал *«Рік тривалістю в життя»*, де наголошено на незламності та стійкості українців, а отже, України: *«Надто багато було сказано й написано про українську незламність, продемонстровану протягом року повномасштабної війни. Повторювати одній й ті самі пафосні фрази – зайве. Достатньо буде зазначити, що неймовірна стійкість України стала відкриттям не лише для наших ворогів та наших друзів, але часто-густо й для нас самих»*.

Ще одним новосформованим фреймом концепту після початку повномасштабної війни стало поле **«Україна – фортеця демократії»**. Це досить чітко представлено в матеріалі *«Демократії потрібна перемога вже цьогоріч, а не колись»*, процитуємо фрагмент з нього: *«Україна знає, що таке воювати за демократію просто зараз, і цей досвід може допомогти захисту вільного світу... Зараз вирішальний час, і це наша з вами відповідальність, що саме визначить цей час. Чи передамо ми дітям і онукам цінності свободи, які маємо*

самі, чи їм доведеться боротися за демократію з нуля?... Це вирішується доля не лише України, це вирішується доля всіх, хто звик жити вільно, бо Росія давно воює з демократіями світу». Головним вербалізатором цієї теми є слова «Україна залишиться суверенною і демократичною державою» (УП).

Окрім цього, є чимала кількість аналітичних матеріалів та відеорепортажів про підтримку України з глобального Заходу. Еволюція цього поля концепту чітку простежується в матеріалі під назвою «Шанс на перемогу. Про що Україна домовляється із Заходом»: *«Через місяць у Варшаві Кулеба та Резніков знову зустрілися з Байденом. Але це був зовсім інший Байден – він був у матеріалі, знав ситуацію на наших фронтах, пояснював свою позицію та був готовий дати саме ту зброю, яка нам треба».* Про підтримку свідчать і заголовки: «У Пентагоні запевнили, що коштів для потреб України вистачить», «Президент Чехії: Перемогу Росії не можна допустити, підтримка України критично важлива», «Генсек НАТО про контрнаступ: Ми повинні довіряти українцям», а також РС: «Україна має залишатися впевненою у повній підтримці американського народу – конгресвумен Каптур» та багато інших. Основними вербалізаторами є слова: «підтримка України», «довіра українцям».

Що стосується саме медіа «Радіо свобода», то тут через слідування європейському паттерну журналістських стандартів, більша частина фреймів є більш антропоцентричною. Тут простежується зміст концепту «Україна – народ, що бореться» втілений саме в персоналіях, наприклад, у матеріалі «Єдині, хто вірив – це ми з вами» є така теза: *«Вже цілий тиждень Україна дає відсіч російським окупантам. Ніхто. Усвідомте це – ніхто, ні в Росії, ні на Заході не вірив, що ми протримаємося тиждень. Єдині, хто вірив – це ми з вами. Дві третини українців до 24 лютого були впевнені, що у випадку повномасштабного вторгнення Росії ми вистоїмо. Сьогодні таких – майже 90%. Це результат героїзму наших захисників і захисниць. Це результат професійних дій нашого командування. Це самовідданість кожного з вас».*

Однак основними персоналіями України в умовах війни є захисники і захисниці, воєнні генерали, В. Залужний, які мають від народу найвищу підтримку та розуміння: «Залужний став в Україні «політиком № 2» – опитування» (РС), «Захисники за добу знищили 570 окупантів і 30 артилерійських систем ворога» (УП), «Захисники відмінували ще 600 окупантів та 5 танків – Генштаб» (УП) та багато інших.

Загалом, оцінюючи внесок у формування концепту Україна, відзначимо, що саме національні вітчизняні медіа, які працюють виключно на внутрішній ринок споживачів, є більш ефективними. Серед аналізованих нами видань саме УП зробив більший внесок в формування концепту Україна з точки зору загальної та саме зовнішньополітичної («Україна – фортеця демократії», «Україна, що захищає європейський світ», «Україна – член Європейського Союзу» та «Україна – надійний член НАТО»), тоді як «Радіо свобода» в редакційній політиці прагне доносити інформацію абстраговано, нейтрально, та більш антропоцентричною (акцентуалізація саме на фреймовому полі «Україна – народ, що бореться»).

Що стосується вербалізації та акцентуалізації в цілому, то зазначимо, що обидва видання використовують активно лексеми з тим чи іншим забарвленням, зазвичай позитивним. Зокрема, в матеріалах простежується тенденція до повторення ряду ключових слів, що часто представляють з себе семантичне ядро публіцистичного матеріалу та мають позитивне забарвлення, зокрема: «Свобода», «Підтримка», «Перемога», «Героїзм».

Чимале значення у формуванні змістів концепту «Україна» відіграє вкрай позитивне забарвлення Збройних сил України як могутньої модерної сили, що не вдається до насильства без необхідності. Зокрема, ЗСУ в матеріалах висвітлюється такими лексемами, як «сили оборони», «захисники», «захисниці», «мужній народ», «наші воїни». Збройні сили України – це міцна інституція, що складається з українських громадян та користується їхньою абсолютною

довірою, значно посилюючи та надаючи форму змістам концепту «Україна». Приклади подібної вербалізації можна побачити майже в кожному матеріалі, що стосуються ЗСУ та їхніх дій, наведемо кілька цитат: «Захисники продовжують стримувати ворога, який не полишає спроб їх оточити», «Українські воїни стійко тримають оборону, завдаючи ворогу значних втрат», «Сили оборони наразі успішно просуваються в бік Херсону», «На Бахмутському напрямку українські захисники продовжують тримати динамічну оборону». Зазначимо окремо, що обидва видання активно перецитують також повідомлення українського Генштабу та інших структур, де подібного роду вербалізація також дуже активно використовується і в таких випадках «Українська правда» та «Радіо свобода» виступають скоріше ретранслятором повідомлення, тим не менш поширюючи його на свою аудиторію з усіма наслідками, правильно розставляючи акценти в медіаматеріалах.

Проаналізувавши обрані видання, можемо зробити висновок, що після початку повномасштабного вторгнення Російської Федерації на терени України були утворенні, або побачили своє друге життя такі змісти концепту Україна, як **«Україна – країна вільних людей»**, **«Бути громадянином України – гордість»**, **«Україна – фортеця демократії»**, **«Україна, що захищає європейський світ»** та **«Україна – надійний член НАТО»**. Ці змісти та сенси були актуальні у вітчизняній медіасфері як на початку вторгнення, так і зараз, через майже ніж два роки.

Без сумніву, формування та «перевинайдення» концепту «Україна» в умовах повномасштабних бойових дій є значущим, разом з тим не менш важливим є процес трансформації цього концепту в діячності. На момент написання даної кваліфікаційної роботи магістра, з моменту початку вторгнення пройшло майже два роки, що дозволяє нам провести аналіз досліджуваних видань за різні відрізки часу.

Більша частина створених чи переосмислених на початку війни концептів продовжують актуалізуватися зараз, зокрема такі концепти, як **«Україна – країна вільних людей»** та **«Україна, що захищає європейський світ»**.

Наприклад, фрейм концепту **«Україна – країна вільних людей»** досить яскраво був окреслений в колонках УП щодо Дня Незалежності в 2023 році, зокрема в матеріалі «Раби не знають незалежності»: *«Україна була, є і буде. Неідеальна. Вільна. Бентежна. Щира. Незламна. Мужня. Цілісна. Яскрава. І Незалежна. І сьогодні ми захищаємо нашу Незалежність неймовірно високою ціною. І нехай жоден ворог не має ілюзій – Україна переможе!»*

Чимало матеріалів підтримують та модифікують концепт **«Україна – фортеця демократії»**. Зокрема, на річницю повномасштабного вторгнення вийшов ряд авторських колонок, серед яких також є колонка голови Національного банку України Андрія Пишного під назвою «Чому допомога Україні допомагає усьому людству». В ній державний діяч значно підкріплює вищевказаний концепт: *«У разі поразки України, програють усі демократії світу. Глобально. Хоча бойові дії тривають в Україні, але війна точиться на світовому рівні. І наслідки відчують усі...»*

Перемога України буде спільною – загальносвітовою. Вона допоможе подолати голод, зберегти демократичні цінності, спроможність міжнародних інститутів та врятувати життя мільйонів...».

Наголосимо й на тому, що в основі своєї фрейм «Україна – фортеця демократії» формується та утримується в полі зору пересічного реципієнта саме державними діячами: народними депутатами Верховної Ради, міністрами, державними діячами та навіть на рівні Ради Національної Безпеки і Оборони України, що таким чином разом із культурно-просвітницькою діяльністю також лобіюють допомогу Україні серед зарубіжних країн-партнерів та переконуючи їх, що Україна є таким собі східноєвропейським форпостом глобального Заходу.

Видання «Радіо свобода» майже не змінило свою в основному антропоцентричну риторику, при цьому регулярно ретранслюючи концепти **«Україна – країна вільних людей»** та **«Україна – країна зі світлим майбутнім»**.

Яскравим прикладом ретрансляції другого концепту є матеріал «Молодь не хоче покидати Україну та планує брати участь у відбудові», в якій наочно продемонстровані статистичні дані, що теж є інструментом формування фреймового поля, зокрема: *«Молодь, яка проживає в Україні та Польщі практично однаково переконані в перемозі України у війні – 98% та 97% відповідно, а також хочуть брати участь у процесах відбудови. Міграція 65% молоді віком 16-35 років, яка проживає в Україні, не хотіли б переїжджати в інше місце. Основні причини, чому молодь не хоче змінювати місце проживання, – це задоволення своїм теперішнім місцем проживання (44%), родина та друзі (40%), достатнє фінансове забезпечення для життя (20%), патріотизм (15%)»*, – йдеться в дослідженні.

Серед української молоді, яка зараз проживає в Польщі, 61% молоді віком 16-35 років не були в Україні після переїзду до Польщі. 47% мають намір повернутися в Україну після завершення війни, 19% планують повернутися незабаром, а 11% – через деякий час...».

Отже, якщо дослідити трансформацію концептів в аналізованих виданнях, то можемо визначити кілька закономірностей. По-перше, більша частина фреймів, що були сформовані після початку повномасштабного вторгнення, продовжують активно підтримуватися та ретранслюватися. По-друге, деякі змісти концептів трансформуються та видозмінюються в інші сенси, згідно із запитом українського суспільства, зокрема ряд концептів стає менш ідеалістичним та більш прагматичним (зокрема концепт **«Україна, що майже перемогла»** починає трансформуватися в концепт **«Україна, що бореться та зрештою переможе»**).

2.2 Візуалізація концепту «Україна» в умовах воєнного стану

Чималу роль у формуванні концептів відіграє візуальний ряд у вигляді фотографій, таблиць, схем відеоматеріалів тощо, які супроводжують той чи інший концепт та посилюють певні асоціативні ряди реципієнта. Зауважимо на тому, що, на думку А. Приходька, з якою повністю погоджуються Т. Семенюк і С. Усік, а також ми, візуалізація – це не нове ім'я концепту й не новий концепт, а його дублювання іконічним знаком, у результаті якого відбувається ніби подвійна семіотична об'єктивація – вербальна (оперує вербальними знаками) та невербальна (оперує іконічними знаками), яка надає певної наочності структурі та властивостям того чи іншого концепту. Дослідник стверджує, що шляхом візуалізації може здійснюватися контрастування концепту, в результаті якого відбувається збільшення асоціативних зав'язків, а також акцентування на ціннісних складових концепту [Цит. за: 49, с. 259].

Візуалізація допомагає створювати віртуальні образи тематичних полів концепту «Україна». Однак зауважимо на тому, що досліджувані медіа не всі свої матеріали візуалізують ілюстраціями чи відеоматеріалами, тому тут зупинимося на аналізі ілюстрованих текстів у межах виділеного концепту та його фреймових полів.

При дослідженні візуалізації концепту «Україна» спираємося на розумінні того, що концепти здатні не лише вербалізуватися, а ще й візуалізуватися. Зауважимо й на тому, що для реципієнтів дуже часто саме візуалізація більш прийнятна, доступніша та простіша для усвідомлення, зокрема метафоричного, аніж звичайна вербалізація.

Якщо брати саме концепт «Україна» загалом, то тут наголосимо на тому, що для його візуалізації найчастіше використовують кольори державного прапора, державний прапор, герб, карту країни тощо. При темі Євросоюзу –

прапор цієї організації, а НАТО – візуальні елементи й кольори альянсу. Ці елементи часто застосовувані в різних типах візуальних елементів, що супроводжують текстовий матеріал. Так, на сторінках видання «УП» тема вступу України до ЄС супроводжується таким зображенням: сплетені прапори України та ЄС – синє полотнище з 12 жовтими зірками, які утворюють коло посередині (Рис. 2.2.1.).



Рисунок 2.2.1. Прапори України та Європейського Союзу в матеріалі «Українці назвали головні перешкоди на шляху до членства в ЄС» (УП від 09.11.2023).

Звернемо увагу на тому, що власне такі ілюстрації й формують тематичне поле **«Україна – достойний член Євросоюзу»** концепту «Україна», оскільки тут поряд два прапори – України та ЄС (Рисунок 2.2.2.). Доповнюють візуальну складову вербалізатори типу «Україна після війни буде здатна вступити в Євросоюз й інтегруватись в європейський ринок», «Україна вже має пристойний рівень конкурентоспроможності», «Байден: «НАТО буде в майбутньому України – без питань» (РС), «Україну слід якомога швидше запросити до НАТО – Расмуссен» (РС), «Дев'ять пріоритетів: у ЄС розповіли подробиці гарантій безпеки для України» (РС) та ін.



Рисунок 2.2.2. Прапори України та Європейського Союзу в матеріалі «Україна має можливість поступово вступити в Євросоюз після війни» (УП від 15.11.2023).

Як приклад наведемо зображення з рубрики фотоматеріалів «Української правди» під назвою «Війна очима дітей», що представляє собою малюнок, зроблений рукою дитини, на якому зображена мапа України в її державних кольорах та тризубом над нею, а також усі наші національні символи: голуб – символ миру, калина, колосок пшениці (Рис 2.2.3.). Саме так сприймає дитяча уява свою країну: через окреслення території та основних символів держави. На нашу думку, подібний дитячий малюнок досить вичерпно показує елементи втілення візуалізації окресленого нами концепту – Україна і як держава, і як територія – незалежна та самостійна.



Рис. 2.2.3 Приклад візуалізації концепту «Україна» у вигляді дитячого малюнку

Ще одним прикладом візуалізації концепту серед досліджуваних нами видань є фоторепортаж від «Радіо свободи» під назвою «Державний прапор і війна: фотосвідчення», в якому композиція будується навколо державного прапора в різних обставинах – посічений шрапнеллю прапор на Чернігівщині, що показує, як на сьогодні посічена земля в Україні, як пошматовані долі українців (Додаток А), прапор на військовій техніці – українці незламні, сміливі, готові боронити свою домівку (Додаток Б), стяг на деокупованих територіях – перемога України у війні маленька, але буде і повна перемога (Додаток В) та композиції типу фотографії пошматованого внаслідок влучання російської ракети у школу листок із нотами Гімну України – цей текст забороняли, як і українську мову, але не знищили, вони вціліли. Так і Україна витримає навалу РФ. Зображення тризуба і прапора, що знайшли в Бахмуті, на початку червня 2022 року (Додаток Г) – свідчення нескореності та духу перемоги українців як нації. Ці фотографії вибудовують, на нашу думку, нове фреймове поле, яке було створене вже після початку російсько-української війни «Україна посічена, пошматована, але не зламана» та й закріплюють концепт «Україна» в сьогоднішні в цілому. Зауважимо

й на тому, що такі матеріали містять і зображення захисників у польових умовах, і роботу медиків під обстрілами. Усі ці ілюстрації посилюють змістове наповнення публікацій.

Наступним цікавим варіантом зображення концепту «Україна» загалом є матеріал «Української правди» «Новітня історія України». На нашу думку, в ньому продемонстровані усі поворотні моменти історії, що привели країну до того, що вона з себе представляє тепер, через більше ніж тридцять років незалежності.

В ньому як обкладинка виставлений фотоколаж, на якому в жовто-блакитних тонах зображені ключові наразі елементи сучасного концепту «Україна»: військовослужбовець, дівчина з жовто-блакитним прапором, Майдан (як географічне місце – майдан Незалежності і як явище масового суспільного протесту на захист демократії та української незалежності) та контур Криму – символу єдності та незалежності нашої держави, яку зараз заперечує Російська Федерація (Додаток Д).

Візуальний ряд у матеріалі, що представляє сучасний концепт «Україна», фактично підтверджується текстом: *Україна відзначає 31-у річницю проголошення Незалежності*

Цього року святковий день носить, напевно, найбільш емоційне забарвлення. Всупереч тривожному очікуванню чергового масованого ракетного обстрілу з боку росіян, українці як ніколи відчують важливість Дня Незалежності. Оскільки саме її ворог намагається всіма силами поставити під сумнів.

Упродовж трьох десятиків років Україна неодноразово переживала поворотні моменти, коли один невдалий крок міг вартувати не тільки зниження економічного достатку або політичного забуття, але й омріяної державності.

Зараз Україна також переживає поворотний момент. Досі небачений. Найстрашніший».

Впродовж усього матеріалу текст супроводжується ілюстративним матеріалом, що по суті своїй зображає поворотні моменти в історії незалежної України та візуально формує концепт «Україна» з його тематичними полями «Україна – борець за свободу і незалежність»: Революція Гідності, фотографія українського Криму та «Україна – жертва»: зруйнована вщент багатоповерхівка внаслідок російського обстрілу (Додаток Д). Зазначимо, що візуалізація в цьому матеріалі представляє з себе однотипний фотоколаж, де ті чи інші елементи можуть повторюватися від картинки до картинки. На нашу думку, це не є вдалим рішенням, оскільки для реципієнта весь візуал виглядає як одна й та сама картинка, зокрема фото загальне та фото зруйнованої багатоповерхівки, що знижує якість візуалізації фреймових полів досліджуваного нами концепту та утруднює сприйняття саме зорової складової, оскільки складається враження повторюваності світлин.

Що стосується етапу початку повномасштабного вторгнення, то тут головний акцент був розставлений усіма досліджуваними нами медіа на фреймовому полі «Україна-жертва». В перші місяці після початку повномасштабної війни, коли необхідність показати високий рівень жорстокості російського вторгнення для міжнародної спільноти та для самих українців, візуалізувався вказаний концепт у вигляді зруйнованих багатоповерхівок різних міст України (Рис 2.2.4.), будинків та навіть більш жорстоких кадрів аж до фотографій вбитих росіянами людей на вулицях: пам'ятаємо фото убитої жінки в Ірпіні з рукою з манікюром, фото тіл закатованих чоловіків, яких упізнавали за кольором курток та кросівок.



Рис. 2.2.4 Фото зруйнованої багатоповерхівки в Бородянці Київської області з матеріалу під назвою «На Київщині зруйновано близько 5 тисяч будинків» (УП від 27.05.2023)

На нашу думку, подібного роду візуалізація змістового поля концепту «Україна-жертва» хоча і порушує певні етичні стандарти й до повномасштабного вторгнення була би неприпустимою, наразі є необхідною для усвідомлення жорстокості та безжалісності тих, хто й став причиною формування подібного концепту.

Зокрема, ще одним досить прямим прикладом візуалізації фрейму «Україна-жертва» паралельно з вербалізацією є матеріал УП під назвою «Україна збирає докази для Гааги – фіксуються всі обстріли цивільних об'єктів», де на фотографії зображена частково зруйнована в центрі міста київська багатоповерхівка після прильоту російської ракети у перші дні після повномасштабного вторгнення (Додаток Е).

Зазначимо, що вказане фреймове поле візуально втілюється не тільки фотографіями зруйнованих будинків та житлової інфраструктури, а ще й, наприклад, світлинами українських ланів, лісів, посадок та полів. Видання «Радіо Свобода» має матеріал під назвою «Землі, де проходили бойові дії, потрібно буде очищувати», в якому розкажується про вкрай негативний хімічний вплив на ґрунт

в зоні бойових дій. Зокрема, цитуємо: *«Всі бачили поля, які рясніють дірками від розривних снарядів. Ми повинні розуміти, що на територіях, де йдуть бойові дії, є великі ризики забруднення ґрунтів та ґрунтових вод. Проблемою може бути, наприклад, накопичення якраз свинцю на полях»*. Тим не менш, вербалізація тут не настільки важлива, оскільки є більш вичерпний інструмент формування фреймових полів у цьому матеріалі – візуалізація. Фото «перекопаного» артилерійськими снарядами українського поля з висоти пташиного польоту (Додаток Ж) говорить про трагічність ситуації набагато всеосяжніше, ніж суха констатація факту в тексті.

Також додамо, що цей метод висвітлення змістового поля **«Україна-жертва»** на превеликий жаль не втратив своєї актуальності, коли українські поля через десятки місяців після початку вторгнення покрилися мільйонами протитанкових та протипіхотних мін, які унеможливають подальшу роботу на цих землях. Тут в якості прикладу наведемо фоторепортаж «Української Правди», датований березнем вже 2023 року, під назвою: «Увага, міни! Як війна перетворила Україну на велике мінне поле і що з цим робити», в якому наявні кадри розмінування українських полів (Додаток И). На фото ми бачимо величезне поле, вкрите російськими протитранспортними мінами та двох співробітників ДСНС, які займаються розмінуванням. Навіть на перший погляд видно, що розмінування навіть великих не захованих вибухових механізмів на таких гігантських полях займе чималу кількість часу, не кажучи, що таких полів по всій країні десятки, якщо не сотні тисяч.

Окремим видом візуалізації фрейму **«Україна-жертва»** є зображення власне українців, цивільних та військових. Героями візуалізації саме цього поля серед цивільних зазвичай стають поранені в бойових діях цивільні, біженці, та ті, хто через повномасштабне вторгнення зазнав тих чи інших втрат. Прикладом подібної візуалізації є матеріал «Рік не вдома» від «Радіо Свобода». Текстовий матеріал супроводжується фотографією українських громадян, що тікають від

війни якомога далі (Додаток К). На фото зображені жінки зі своїми дітьми, що вимушені рятуватися від російської агресії самотужки, без чоловіків, узявши з собою лише все найцінніше та найнеобхідніше, що взагалі є змога забрати з собою. На обличчях українок читається втома, напруга, великі сумніви та страх більше ніколи не повернутися додому.

Також основними методами візуалізації досліджуваного нами фрейму саме через воєнних є зображення їхньої надважкої праці, ризиків, емоцій та втоми, з якими вони вимушені працювати кожен хвилину захисту власної країни, власних осель, знайомих, друзів, дітей та батьків. Наочний приклад подібного ми бачимо у фоторепортажі «Радіо Свободи» під назвою «Втомлені, але нескорені: українські захисники Бахмуту», в якому зображується життя, складнощі та емоції солдатів, які борються проти переважаючих в кілька десятків разів сил супротивника на одному з найбільш небезпечних та жорстоких напрямків бойових дій російсько-української війни. Для аналізу візьмемо кілька фотографій. На першій фотографії зображене забруднене обличчя українського бійця, який 15 квітня 2023 року повертався з бойових дій під Бахмутом (Додаток Л). Бруд усюди: на касці, на одязі, на шапці та на неголеному тижнями чи можливо місяцями обличчі. Погляд втомлений, вимучений та досить вичерпно показує фізичний та психологічний стан солдата, що тільки-но повернувся майже з пекла. На наступній світлині зображена група солдат під час вивантаження з транспортної бронетехніки (Додаток Л). Змучені обличчя, понурі погляди, відсутність хоч якихось емоцій чітко дає усвідомити читачеві, наскільки найкращим синам та донькам української держави важко боротися в цій війні. Навіть бронетехніка на задньому плані наче поділяє настрій та стан солдатів – вона втратила свій оригінальний колір під кількома шарами землі та бруду і вкопалася в найближчу весняну канаву. На цих фото ніби переплітаються два фреймові поля одного концепту «Україна» – «Україна – жертва» і «Україна – країна нескорених».

Загалом подібна візуалізація та взагалі створення цього фреймового поля зіграло не тільки негативну, а ще й позитивну роль, оскільки допомогло зрозуміти українському суспільству фактичну ситуацію та подальшу долю в разі програшу, а для міжнародних партнерів подібного роду візуалізації стали наочним прикладом того, що буде з їхніми демократичними країнами, якщо вони не будуть допомагати Україні і дозволять їй програти в такій жорстокій і кровопролитній війні.

Окремо зазначимо, що обидва досліджуваних нами видання використовують як вдалі інструменти візуалізації, так і невдалі. Прикладом невдалої візуалізації є світлина, що супроводжує статтю «Української Правди» під назвою «Україна готує позов для ООН для компенсації шкоди довкіллю внаслідок пожежі на нафтобазі» (Додаток М). На ній зображене якесь невизначене місто вночі, якісь інші елементи відсутні. Цей інструмент візуалізації не виконує своєї функції та не відтворює текстове наповнення в рамках змістового поля «**Україна-жертва**». Припускаємо, що подібна невдала візуалізація має місце бути насамперед через етичні та законодавчі заборони в умовах війни, зокрема заборону подавати реальні фото влучання в стратегічні цілі російських ракет, аби таким чином не сприяти подальшому більш точному наведенню ракет шляхом ідентифікації локації та в певних випадках підтвердженнь чи спростувань влучання в ціль.

Також можемо висунути гіпотезу про те, що така тематична візуалізація фреймового поля «Україна-жертва» допомогла консолідуватися українському суспільству та дотично вплинула на формування фреймових полів «**Україна, що захищає європейський світ**» (оскільки вона буквально географічно загороджує демократичні цивілізовані країни від РФ) та «**Україна – член Європейського Союзу**» (за цією ж причиною, але в більш цивільній та гуманітарній площині).

Що стосується візуального формування концепції «Україна», то досліджувані нами видання провели значну роботу над формуванням як конкретних концептів: «Україна – країна вільних людей», «Україна, що захищає європейський світ», так і над формуванням та трансформацією концепту «Україна» загалом.

Зазначимо, що загалом візуалізація концепту «Україна» після початку повномасштабного вторгнення стала значно більш антропоцентричною. В умовах, коли саме існування країни залежить від Збройних сил України та волонтерів, які складають наразі чималу кількість в українському суспільстві загалом, то саме ці люди та їх історії стали «обличчям» різних змістів концепту «Україна».

Яскравим прикладом подібних трансформацій є численна кількість великих фотоматеріалів та фоторепортажів про волонтерів майже усіх спеціалізацій, що є втіленням фреймового поля **«Україна – країна вільних людей»** та концепту «Україна» з точки зору громадянського суспільства загалом. Таким чином формується нове змістове поле концепту «Україна» – **«Україна – країна волонтерів»**.

Одним із таких прикладів є матеріал «Історії сміливих: що спонукає українців ставати волонтерами та їхати в «гарячі» точки рятувати життя людей», головними героями якого є члени медичного підрозділу Першого добровольчого мобільного шпиталю ім. М. Пирогова, що наразі працюють на сході України по всій лінії фронту.

В цьому матеріалі присутній цілий ряд фотографій, що, на нашу думку, вписуються в окреслене нами фреймове поле: фото учасників волонтерського руху, що сидять в посіченій уламками російських снарядів машині, світлина, на якій зображений власне процес, коли волонтери в медеваку займаються стабілізацією стану пораненого українського захисника (Додаток Н) тощо.

Ще одним прикладом є матеріал, що стосується тих громадян, що не належать до суспільної категорії волонтерів, але при цьому працюють на благо українського суспільства, під назвою: «Герої в тилу: історії фельдшера, активістки та майстра ДТЕК». В цьому матеріалі фрейм «Україна – країна вільних людей» представлений трьома конкретними персоналіями, які є звичайними громадянами України та які наразі працюють на критичних напрямках (в медицині та інфраструктурі) в нових реаліях. Матеріал супроводжують відповідні світлини, наприклад, один із героїв матеріалу на роботі на фоні власної машини ДСНС чи інший герой, що на фотографії зайнятий відновленням енергопостачання після російського обстрілу по критичній інфраструктурі країни (Додаток П).

Втіленням візуалізації змістового поля «Україна – країна вільних людей» є серія малюнків від «Української правди» під назвою: «Незламні, бо єдині», де вказані люди знайшли своє образне втілення в приємних мінімалістичних малюнках (Рис. 2.2.5.).

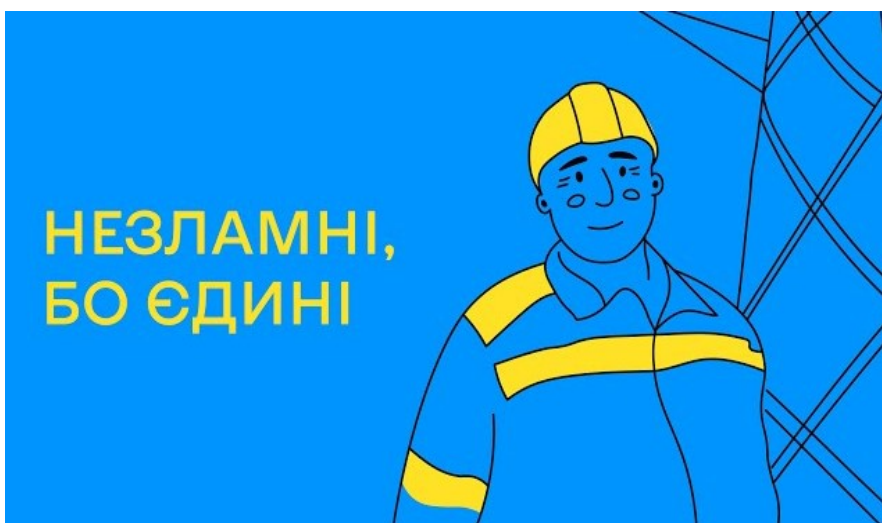


Рис. 2.2.5 Приклад візуалізації фреймового поля «Україна – країна вільних людей» у вигляді мінімалістичного малюнку

Тут наголосимо на тому, що в аналізованому малюнку використані національні кольори: жовтий та блакитний, що дозволяє реципієнту без

текстового супроводу розуміти, що мова йде про Україну та незламних українців. Це образ збірного, узагальненого героя, який під обстрілами, ризикуючи життям допомагає відновити постачання енергії, тепла в домівки, які вціліли, розчистити завали знищених будинків і врятувати життя людей, які опинилися під завалами власного житла.

Окреме місце у візуалізації фреймів **«Україна – країна вільних людей»** та **«Україна – та, що бореться та перемагає»** займають світлини українських захисників: воїнів та добровольців.

Зокрема, поле концепту **«Україна – та, що бореться та перемагає»** яскраво зображується в низці фотографій від «Української Правди», яка була приурочена серії українських військових перемог наприкінці 2022 року. На одній з них зображена група українських солдат, яка сидить на танку із закріпленим українським прапором, позує та щиро усміхається (Додаток Р). На іншій фотографії з цієї добірки стоїть група солдат із територіальної оборони, нарукавники яких перемотані жовтими стрічками – впізнавальним елементом українських військових (Додаток С). На цих світлинах воїни тримаються разом, вони радісні від результатів боїв за землю та загалом забезпечені необхідною екіпіровкою, через що подібні візуалізації викликають в реципієнта в основному позитивні емоції та формують довіру до Збройних сил України та фреймового поля **«Україна – та, що бореться та перемагає»**.

Прикладом візуалізації концепту **«Україна – країна вільних людей»** є світлини з фоторепортажу «Радіо Свободи» під назвою «ЗСУ – це армія вільних людей, переважно цивільні у військовій формі», на яких зображені українські воїни в персоналіях, зокрема герой сюжету, який за рік до створення світлини був цивільним та працював на рівненській АЕС електриком (Додаток Т).

Разом з тим, аналогічний прийом використовується й шляхом візуалізації відомих українців сучасності: політиків, громадських активістів, діячів культури та інших постатей, яких будь-який українець бачив хоча б раз у житті. В

матеріалі «Радіо Свободи» під назвою «Стерненко, Сенцов, «Антитіла»: українські публічні діячі масово записуються в тероборону» є світлини, на яких зображені українські публічні особи та діячі, що, незважаючи на свій статус та положення в суспільстві, пішли захищати країну нарівні зі звичайними громадянами. На нашу думку, подібного роду матеріали та візуальні засоби зображення вказаних фреймових полів досить позитивно впливають на мораль і дух суспільства, а також на розвиток змістових полів та концепту «Україна» загалом. І це стосується не лише України, а і світової спільноти.

Зазначимо, що існує чимала кількість візуальних втілень ЗСУ саме як прямої складової безпосередньо концепту «Україна». В обох досліджуваних нами виданнях перманентно використовуються світлини, на яких зображені одночасно символи концепту «Україна», зокрема тризуб та державний прапор, на фоні стандартної форми військовослужбовців – «пікселю» (Додаток У).

Аналізовані медіа захисникам України присвячують цілі фоторепортажі, щоб показати всьому світові, в яких умовах вони воюють, однак не втрачають віру в перемогу за свободу країни.

Загалом фоторепортажі стали одним з основних жанрів у вітчизняній медіасфері, зокрема і в аналізованих нами онлайн-виданнях. Цей журналістський жанр в УП виділений окремою рубрикою чого немає в РС. Досліджуючи кількість та якість фоторепортажів серед названих медій, ми прийшли до висновку, що візуал видання «Українська Правда» зосереджений на фреймових полях **«Україна – та, що бореться та перемагає»**, **«Україна – країна вільних людей»**, **«Україна – країна волонтерів»**. Це яскраво видно з аналізованих нами вище фоторепортажів: «Історії сміливих: що спонукає українців ставати волонтерами та їхати в «гарячі» точки рятувати життя людей», «Герої в тилу: історії фельдшера, активістки та майстра ДТЕК» тощо. «Радіо Свобода» зі свого боку зосереджена на більш антропоцентричних та гуманістичних темах, зокрема фреймах **«Україна-жертва»** та **«Україна – країна вільних людей»**, зокрема в

досліджуваних нами репортажах «Рік не вдома», «Втомлені, але нескорені: українські захисники Бахмуту», «ЗСУ – це армія вільних людей, переважно цивільні у військовій формі» та інші.

Подібного роду візуалізація високої якості в фоторепортажах досліджуваних нами видань досить серйозно впливає на формування концептів окреслених полів концепту «Україна».

Ще один фрейм досліджуваного нами концепту, а саме **«Україна, що захищає європейський світ»**, з очевидних причин не знайшов свого втілення в фотоілюстраціях, тим не менш має місце бути в ілюстративному матеріалі. Одна з ілюстрацій, яку поширювали «Українська Правда» і «Радіо Свобода», зображає Україну в її національних кольорах, що стоїть як перешкода, стримувач між російськими ракетами та країнами Європейського Союзу (Рисунок 2.2.6.). Ілюстрація супроводжується написом, що перекладається з англійської як «Україна – щит Європи». Текст і зображення гостро акцентує увагу світової спільноти на значенні України в російсько-українській війні, на її ролі.



Рис. 2.2.6 Приклад візуалізації фреймового поля «Україна, що захищає європейський світ»

Окремої уваги, на нашу думку, заслуговує ще один вид візуалізації тих чи інших фреймових полів концепту «Україна», а саме таблиці та діаграми, схеми,

тобто інфографіка. На відміну від фото та малюнків, вони зазвичай не викликають у реципієнта певних асоціацій чи метафоричних образів, що впливають на формування досліджуваного нами концепту чи одного з його змістових полів. Проте вони виконують іншу важливу функцію, а саме – є певною мірою індикатором стану того чи іншого фреймового поля, його обговорюваності та підтримки.

В основі своїй подібного роду візуалізація стосується фреймових полів **«Україна – член Європейського Союзу»** та **«Україна – надійний член НАТО»**. Як приклад наведемо візуальний ряд графіків та діаграм від «Української Правди» в матеріалі під назвою «Підтримка вступу України до ЄС та НАТО безпрецедентно зростає – “Рейтинг”», де для підтвердження заголовків і офіційних цифрових даних приводяться результати опитувань в часовому проміжку від 2013 до 2022 року у вигляді графіків, зокрема графік із назвою «Підтримка вступу України до ЄС» (Додаток Ф) чітко окреслює весь шлях підтримки відповідного поля українським суспільством та його поточний стан – 86% українських громадян бачать своє майбутнє в складі Європейського Союзу. Саме графік спрощує процес сприйняття та усвідомлення статистичних даних, дозволяє порівняти результати опитувань у різний період часу та зробити відповідні висновки.

Що стосується фреймового поля **«Україна – надійний член НАТО»**, то тут яскравим прикладом є інфографіка від УП (зроблена в колаборації з аналітичним виданням «Слово і Діло») під назвою «Членство України в НАТО, як до цього ставляться союзники» (Додаток Х). На цій інфографіці зображені наочні фотографії-портрети світових лідерів, а поряд із ними – прапор їхньої країни, їхня посада та цитата з датою її проголошення, що стосується вказаного фреймового поля. Таке зображення є підтвердженням реальності висловів, оскільки має адресата.

Візуально це має такий вигляд: на одному з рядків інфографіки зображений Петр Павел, біля нього прапор Чехії, підпис «Президент Чехії» (деякі читачі можуть і не знати в обличчя лідерів інших держав) і цитата: *«Українські військові напевно будуть найдосвідченішими військовими Європи. Я вважаю, що українці на це заслуговують»*. На нашу думку, подібна інфографіка є доречним та ефективним методом поєднання інструментів візуалізації та інструментів вербалізації того чи іншого концепту.

Разом з тим, є й інші фреймові поля концепту «Україна», які представлені візуалізацією у вигляді інфографіки. Зокрема, змістові поля **«Україна-жертва»** та **«Україна – та, що бореться та перемагає»**. Вони водночас представлені картами втрат наших географічних територій та картами наступу військ ЗСУ з подальшою деокупацією територій. Подібні інфографіки у вигляді інтерактивних карт є в обох досліджуваних нами виданнях, оскільки вони запозичені в аналітичного ресурсу Deep State. На цих картах можна в динаміці простежити, які території і коли зазнали російського вторгнення та коли були деокуповані (Рисинук 2.2.7.). Зображення супроводжується і текстом, де міститься інформація про хід наступу українських військ, про труднощі на шляху звільнення окремих населених пунктів. Часто в журналістському матеріалі розміщують і фото, надані світовими партнерами-розвідниками. Таке поєднання яскраво змальовує тематичні поля аналізованого нами концепту «Україна».

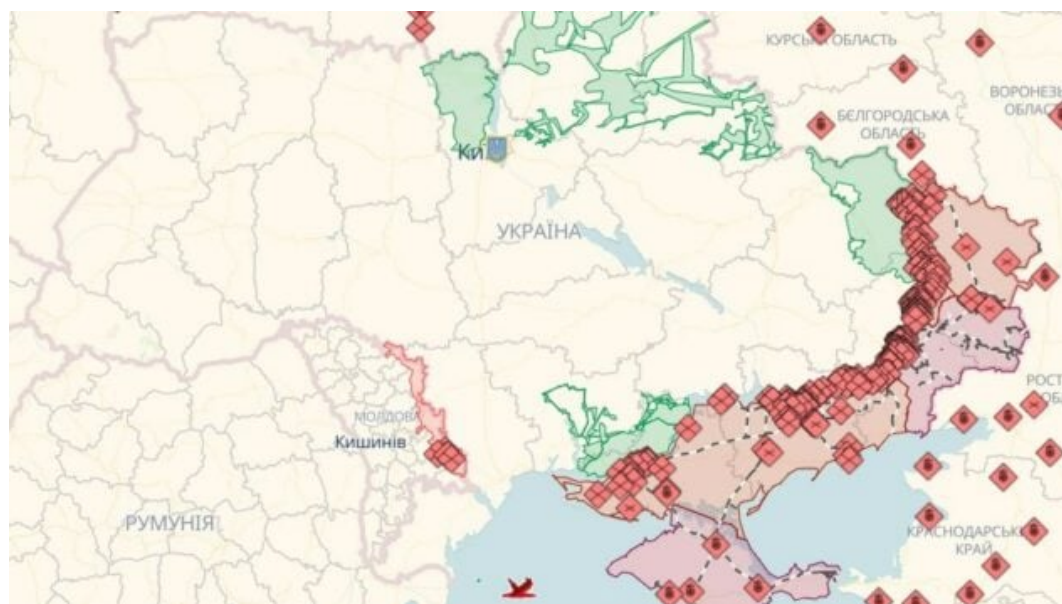


Рис. 2.2.7 Візуалізація поточного стану російсько-української війни з географічної точки зору в вигляді інтерактивної мапи

Зі свого боку, як протиставлення змістового поля **«Україна-жертва»**, активно використовується інфографіка, що підтримує фрейм **«Україна – та, що бореться та перемагає»**. Зазвичай, подібного роду інфографіки стосуються актуальних втрат росіян у грошах, техніці та людських ресурсах. І ці дані оновлюють медіа щоденно. Так, УП на головній сторінці виділила у верхній частині рядок із заголовком **«Війна в Україні. Сумарні орієнтовні втрати противника на 342 день»**. Нижче подані символічні позначення техніки (танки, літаки, кораблі тощо), людей і цифрові дані.

Наприклад, у матеріалі УП, датованому 5 березня 2022 року, під назвою **«Українська армія знищила російської військової техніки на 3 мільярди доларів»** є наочна статистична демонстрація втраченої силами ЗС РФ техніки та людського ресурсу (Додаток Ц). Таким чином можна наочно побачити, що вже в перші дні повномасштабного вторгнення Збройні сили України та добровольці завдали нищівних ударів по ворогові, не кажучи вже про подальші події.

Отже, досліджуючи візуалізацію концепту «Україна» в умовах воєнного стану приходимо до висновку, що неможливо переоцінити ефективність візуалізації в формуванні концептів та її роль у наповненні окреслених фреймів, зокрема **«Україна – країна вільних людей»**, **«Україна, що захищає європейський світ»**, **«Україна – та, що бореться та перемагає»** й концепту «Україна» загалом). Також зазначимо, що оскільки наразі повномасштабний конфлікт є пріоритетом для усієї української нації, то й візуалізація стала значно більш антропоцентрична. Через те, що втіленням нових фреймів концепту «Україна» здебільшого стало власне українське суспільство, що долучилося до лав Збройних сил України, партизанського руху та руху волонтерів, то й візуалізація концептів в українській медіасфері знайшла своє втілення в звичайних українцях: військових, медиках, вчителів та інших професіях, родах діяльності та віці. Окреме місце в візуалізації змістових полів концепту «Україна», зокрема **«Україна – країна вільних людей»** та **«Україна – та, що бореться та перемагає»** займає висвітлення Збройних сил України, наших захисників. Загалом візуалізація досліджуваного нами концепту набула широкого застосування в обох виданнях у вигляді звичайних фото, прикріплених до текстового матеріалу, окремих фоторепортажів, колажів та інфографіки та навіть у вигляді дитячих малюнків.

Окреме місце займають різнотипні інфографіки як вид саме статистичної візуалізації того чи іншого змістового поля концепту «Україна». Ряд досліджуваних нами графіків та діаграм не формував тих чи інших фреймів концепту, але був певним індикатором його популярності та наявності взагалі. Інша ж частина інфографіків стала поєднанням вербалізації та візуалізації ряду змістів концепту «Україна», зокрема **«Україна – член Європейського Союзу»** та **«Україна – надійний член НАТО»**.

ВИСНОВКИ

У результаті дослідження можемо зробити такі загальні висновки.

Концепти – одиниці ментального рівня, якими оперує представник певної культури в процесі мовомислення та пізнання, яка відображає картину світу в людські психіці та має вигляд «згустків» знання, набутого в процесі теоретичної та емпіричної когніції. Простіше кажучи, «концепти» – це те, про що думає реципієнт, коли при ньому згадують якийсь об'єкт, суб'єкт чи явище та як до цього ставиться, які в нього це викликає асоціації, метафоричний ряд тощо.

Основними підходами при дослідженні концептів є: структурно-семантичний підхід, метод контекстуального аналізу, метод метафоричного аналізу та ряд інших елементів досить широкого інструментарію. Саме поєднання різних методів та підходів під час вивчення концепту зумовлене кінцевою метою дослідження дає змогу розкрити його специфіку та зміст в цілому.

Вітчизняна медіасфера бере участь у створенні нових концептів та трансформації чи видозміні старих вербальними засобами, текстовими масивами, а також фотографіями, піктограмами, відеоматеріалами, діаграмами, графіками тощо. Ці засоби, на нашу думку, є такими, що швидше сприймаються та декодуються реципієнтам, внаслідок чого це полегшує роботу з формування та видозміною тих чи інших концептів.

В основі нашого дослідження став аналіз двох масштабних українських видань – «Українська Правда» та «Радіо Свобода». Нами були проаналізовані їхні матеріали від початку повномасштабного вторгнення, які стосуються формування концепту «Україна».

Зазначимо, що до повномасштабного вторгнення цьому питанню не приділяли достатньо уваги. У зв'язку з цим концепт «Україна» мав досить змішане за своїм характером трактування та навіть ряд негативних версій

фреймів («Корумпована», «Пострадянська», «Нестабільна молода демократія», «Держава біля Російської Федерації», «Де це взагалі?») що негативно впливало на репутацію України як держави на міжнародній арені та підривало внутрішню стабільність українського суспільства. Тим не менш, після початку повномасштабного вторгнення ситуація значно змінилася та ми мали змогу спостерігати за еволюцією змістового поля концепту «Україна» від «Україна-жертва» до «Україна – борець за свою свободу» та «Україна, що бореться та зрештою перемаже», від «Україна не готова до вступу в ЄС, бо корумпована» до «Україна – член Європейського Союзу» та «Україна – надійний член НАТО».

Загалом, ряд досягнень та здобутків у формуванні й розвитку концепту «Україна» до 2022 року також були, але саме повномасштабне вторгнення зробило цей процес по-справжньому галопуючим. Концепт «Україна» в короткі часи набув нових рис, чимала частина з яких має позитивний характер.

Проаналізувавши видання в часових рамках після 24 лютого 2022 року, робимо ряд висновків про те, що після початку повномасштабного вторгнення Російської Федерації на терени України були утворені або побачили своє друге життя такі змісти концепту України як «Україна – країна вільних людей», «Бути громадянином України – гордість», «Україна – фортеця демократії» та «Україна, що захищає європейський світ». Ці концепти були актуальні в вітчизняній медіасфері як на початку вторгнення, так і зараз, через майже ніж два роки. Якщо ж проаналізувати саме процес трансформації концептів, то тут відзначимо кілька закономірностей. Зокрема, більша частина концептів, що були сформовані після початку повномасштабного вторгнення, продовжують активно підтримуватися та ретранслюватися. Також, незважаючи на вищевказане, деякі концепти трансформуються та видозмінюються в інші концепти, згідно з запитом українського суспільства, зокрема ряд концептів стають менш ідеалістичними та більш прагматичними (зокрема концепт «Україна, що майже

перемогла» починає трансформуватися в концепт «Україна, що бореться та зрештою переможе»).

Ці видозміни, на нашу думку, не мають однозначно позитивного чи негативного забарвлення, скоріше вони демонструють настрої українського суспільства, його емоції, переживання та надії.

Якщо взяти результати наших досліджень вітчизняної медіасфери в частині саме візуалізації концепту «Україна» та його змістів, то тут зазначимо, що візуалізація відіграє чималу роль й разом з тим, українські ЗМІ чітко усвідомлюють це. Досліджувані нами видання провели значну роботу над формуванням як конкретних фреймів: «Україна – країна вільних людей», «Україна, що захищає європейський світ», так і над формуванням та трансформацією концепту «Україна» загалом.

Ще однією особливістю візуалізації концепту «Україна» в нашій медіасфері став сильний антропоцентризм. Оскільки наразі повномасштабний конфлікт є пріоритетом. Це пояснюється тим, що наразі втіленням нових фреймів концепту «Україна» здебільшого стало власне українське суспільство, що долучилося до лав Збройних сил України, партизанського руху та руху волонтерів, то й візуалізація концептів в українській медіасфері знайшла своє втілення в звичайних українцях: військових, медиках, вчителів та інших професіях, родах діяльності та віці. Окреме місце в візуалізації змістових полів концепту «Україна», зокрема «Україна – країна вільних людей» та «Україна – та, що бореться та перемагає» займає висвітлення Збройних сил України, наших захисників, як в персоналіях, так і в конкретних персоналіях. Загалом візуалізація досліджуваного нами концепту набула широкого застосування в обох досліджуваних нами виданнях у вигляді звичайних фото, прикріплених до текстового матеріалу, окремих фоторепортажів, ілюстрацій та навіть у вигляді дитячих малюнків.

Окреме місце займають різнотипні інфографіки як вид саме статистичної візуалізації того чи іншого змістового поля концепту «Україна». Ряд досліджуваних нами графіків та діаграм не формував тих чи інших фреймів концепту, але був певним індикатором його популярності та наявності взагалі. Інша ж частина інфографіків була поєднанням вербалізації та візуалізації ряду змістів концепту «Україна», зокрема **«Україна – член Європейського Союзу»** та **«Україна – надійний член НАТО»**.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антіпов О. Феномен патріотизму як один із складників національномовної картини світу. *Теоретична і дидактична філологія*. 2014. Вип. 17. С. 226–237.
2. Балабан О. Концептуальні різновиди художньої метафори: типологічний та когнітивний аспекти. *Лінгвістичні студії*. Донецьк: ДонНУ, 2009. Вип 18. С. 110–114.
3. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : ВЦ «Академія». 2004. 344 с.
4. Боева Е. В. Актуалізація концепту Україна у поетичному дискурсі Т. Г. Шевченка. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2014. Вип. 3. С. 45-50. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/olinv_2014_3_9 (дата звернення: 23.10.2023).
5. Брага І. Мовна репрезентація образу держави у пресі України (кінець 1970-х – початок 2000-х років) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / НАН України, Ін-т мовознавства ім. О.О. Потебні. Київ, 2002. 20 с.
6. Василик Л. Є. Концепти Україна та свобода в реалізації національної ідеї: історико-отологічний аспект. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ : Видавництво Інституту журналістики, 2007. С. 184–189.
7. Вербицька Х.І. Ключові чинники фрейму концепту «Україна». *Humanities and Social Science*. 2016. IV (15). Issue : 90. P. 59-62. URL: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/03/Key-Frame-Factors-of-the-Concept-Ukraine-Verbytska-Khr..pdf> (дата звернення: 23.09.2023).
8. Вишнеvsька Г. Б. Співвідношення концепту і суміжних понять. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 10 : Проблеми граматики і лексикології української мови*. 2012. Вип. 9. С. 9-14.

9. Воробйова О. П. Концептологія України: здобутки, проблеми, прорахунки. *Вісник КНЛУ. Сер. Філологія*. 2011. Т.14. № 2. С. 53–64.
10. Герасимчук Н. Контент-аналіз у системі сучасних методів дослідження публіцистичних текстів. *Методи дослідження в історії журналістики*. 2010. Вип. 9 (34). С. 156–163.
11. Голобородько К. Ю. Лінгвістичний статус концепту. *Культура народів Причорномор'я*. 2002. № 32. С. 27–29.
12. Гуменюк Н. Г., Шабас О. А. Вербалізація концепту «Україна» в англomовних ЗМІ періоду 2015-2018 р.р. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. Філологічні науки*. 2018. №2 (316). С. 106–115.
13. Гуцол С. Ю. Метафора як спосіб символічного вираження внутрішнього досвіду особистості. *Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка*. Київ. 2007. № 3 (21). Ч. 1. С. 109–116.
14. Джеріх О. С. Концепт» у сучасній когнітивній лінгвістиці та лінгвокультурології: поняття та структура. *Типологія мовних значень у діахронічному та зіставному аспектах*. 2018. URL: <https://jtmz.donnu.edu.ua/article/view/6478> (дата звернення: 10.10.2023).
15. Єсипенко Н. Г. Текстові концепти та методи їх аналізу. *Вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Мовознавство*. Луцьк : ВНУ, 2009. Вип. 5. С. 253–257.
16. Жаботинська С.А. Посесивна конструкція і концептуальні трансформи. *Мова. Людина. Світ: До 70-річчя професора М. Кочергана* : зб. наук. пр. Київ : ВЦ Київ. держ. лінгв. ун-ту, 2006. С. 178–192.
17. Жайворонок В. В. Українська етнолінгвістика: деякі аспекти досліджень. *Мовознавство*. 2001. № 5. С. 48–63.
18. Загнітко А. П. Класифікаційні типології концептів. *Лінгвістичні студії*. / Донецький нац. ун-т; наук. ред. А. П. Загнітко. Донецьк : ДонНУ, 2010. Вип. 21. С. 12–21.

19. Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни : у 4 т. Донецьк : ДонНУ, 2012. Т. 1. 350 с.

20. Іващенко В. Л. Функціональна топологія концептів як одиниць культури. *Вісник Львів. університету. Сер. філол.* 2004. Вип. 34. Ч. 1. С. 390–397.

21. Качмар О. Проблема співвіднесення концептуальної та мовної картин світу. *Актуальні питання гуманітарних наук. Серія : Філологічні науки : зб. наук. праць / гол. ред. М. П. Панюк.* Дрогобич : Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка, 2014. Вип. 9. С. 173–178.

22. Кожушко І. Про специфіку вживання терміна «концептосфера» в сучасній когнітивній лінгвістиці. *Лінгвістичні студії.* 2011. Вип. 22. С. 285–289.

23. Кононенко В. І. Концепти українського дискурсу : монографія. Київ – Івано-Франківськ : Плай, 2004. 248 с.

24. Краснобаєва-Чорна Ж. В. Концептуальний аналіз як метод концептивістики (на матеріалі концепту ЖИТТЯ в українській фраземіці). *Українська мова.* 2009. № 1. С. 41–52.

25. Ладика О. В. Методологія дослідження лінгвокультурного концепту American Dream. *Одеський лінгвістичний вісник.* 2015. Вип. 6(1). С. 47–51.

26. Лильо Г. Візуалізація концепту 'патріотизм' в українському медіадискурсі 2014–2018 років. *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика.* 2018. Вип. 44. С. 288-295. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Jur_2018_44_35 (дата звернення: 10.11.2023).

27. Літяга В. В. Поняття «концепт» у парадигмі сучасних лінгвістичних досліджень. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія : Іноземна філологія.* 2013. № 1(46). С. 48-50.

28. Манакин В.Н. Сопоставительная лексикология. Киев : Знання, 2004. 326 с.

29. Маслова Т. Б. Принципи класифікації комунікативних стратегій. *Сучасні дослідження з лінгвістики, літературознавства і міжкультурної комунікації (ELLIC 2015)*: матеріали II Міжнародної наукової конференції / відп. ред. Н.Я. Яцків; Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. Івано-Франківськ : Видавець Кушнір Г.М., 2015. С. 81-85.

30. Маслова Ю. П. Вербалізація концептів війна, мир, жінка, чоловік у газетному дискурсі України у воєнний період. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2023. Вип. 17(85). С. 71–77. URL: <https://journals.oa.edu.ua/Philology/article/view/3804> (дата звернення: 24.09.2023).

31. Мороз О. А. Концепт «Україна» як компонент мовної картини світу українця. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія : Філологія*. 2010. Вип. 4. С. 150–157. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vmdu_2010_4_26. (дата звернення: 23.09.2023).

32. Мудраченко Т. Б. Актуалізація концепту УКРАЇНА в сучасному англomовному газетному дискурсі : автореф. дис.... канд. філол. наук : 10.02.04 / Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків : ХНУ, 2013. 20 с.

33. Мудраченко Т. Б. Кваліфікація референтів концепту Україна в сучасному англomовному публіцистичному дискурсі. *Нова філологія*. 2011. № 45. С. 89–92.

34. Остапчук В. Концепт України у творчості Т. Шевченка. *Київські полоністичні студії*. 2015. Т. 26. С. 154–158. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/kps_2015_26_13. (дата звернення: 25.10.2023).

35. Пліс В. П. Типологія концептів у сучасній когнітивній лінгвістиці. *Закарпатські філологічні студії* : науковий журнал / за ред. І. М. Зимомря. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2019. Вип. 9. С. 115–119.

36. Полюжин М.М. Концептуальна система як базове поняття когнітивної семантики й теорії мовної особистості. *Проблеми романо-германської філології* : зб.наук. праць. Ужгород : Ліра, 2005. С. 5–20.

37. Полюжин М. Поняття, концепт та його структура. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Серія: Філологічні науки*. Луцьк, 2015. № 4 (305). С. 212–222.

38. Полюжин М. М. Про синкретичні теорії концепту. *Проблеми романогерманської філології* : зб. наук. праць. Ужгород : Ліра, 2006. С.5–22.

39. Полюжин М. М. Про теоретичні засади когнітивного підходу до дискурсивного аналізу. *Studia Germanica et Romanica*. Донецьк : ДонНУ, 2004. № 3. С. 32–42.

40. Потапчук С. С. Лінгвокогнітивний і лінгвокультурологічний підходи до вивчення концепту у сучасному мовознавстві. *Актуальні проблеми сучасної філології. Мовознавчі студії* : зб. наук. пр. Рівненського держ. гуман. ін-ту. Рівне : РДГУ, 2007. № 15. С. 104–109.

41. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ : ВЦ «Київський університет», 1999. 308 с.

42. Приходько А.М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя : Прем'єр, 2008. 332 с.

43. Прищепа О. П., Свисюк О. В. Зміни концепту Україна у мовомисленні першокурсників (за результатами асоціативного експерименту 2015, 2018, 2021 та 2022 років). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2022. № 33(72). С. 306–310.

44. Різун В. В., Скотникова Т. В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві : навч. посіб. Київ : ВПЦ «Київ. ун-т», 2005. 104 с.

45. Саєвич І. Г. Ключові концепти культури: критерії виокремлення. *Слово і речення: синтактика, семантика, прагматика* : матеріали Міжнародної наукової конференції (Київ, 10-12 жовт. 2013 р.). Київ, 2013. С. 249–255.

46. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : напрями та проблеми : підручник / за ред. О. О. Селіванової. Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с.

47. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.

48. Селіванова О. О. Теоретичні засади й дослідницькі можливості концептуального аналізу. *Нова філологія* : зб. наук. пр. Запоріжжя : ЗНУ, 2007. № 27. С. 49–56.

49. Семенюк Т. П., Усік С. Р. Особливості невербальної версифікації концепту Covid-19 у сучасних засобах масової інформації Німеччини. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2022. Т. 33(72). №5. С. 257-262. URL: http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/5_2022/part_1/43.pdf (дата звернення: 25.10.2023).

50. Симоненко С. М. Природа та механізми візуального мислення з позицій стратегіально-семантичного підходу. URL: http://scienceandeducation.pdpu.edu.ua/journals/2010/nio_10_2010/rozdil_2/Symonenko.htm. (дата звернення: 25.10.2023).

51. Стефанова Н. О. Наукова аргументація терміна «концептосфера» крізь призму термінологічних аналогів. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Перекладознавство та міжкультурна комунікація»*. 2018. Вип. 1 (2). С. 94–98.

52. Фрасинюк Н.І. Концепт як одиниця когнітивних досліджень. *Збірник наукових праць молодих вчених Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка: Філологічні науки*. 2018. Вип. 9 . С.23–24.

53. Фрасинюк Н.І. Мовна та концептуальна картини світу в дослідження сучасної лінгвістичної науки. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка: Філологічні науки*. Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2019. Вип. 49. С. 119–122.

54. Хоменська І. В. Вербалізація концепту Україна в українському художньому дискурсі : автореферат дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. Київ, 2016. 20 с.

55. Хорошун О. О., Левченко, О. М. До питання типології концептів. *Проблеми гуманітарних наук Серія «Філологія»* : збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. 2022. № 49. С. 217-221. URL: <http://filol.dspu.in.ua/index.php/filol/article/view/195/188> (дата звернення: 25.10.2023).

56. Хорошун О. О. Концепт як основне поняття когнітивної лінгвістики. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2010. № 49. С. 158–161.

57. Шевченко І. С., Морозова О. І. Проблеми типології дискурсу. *Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен* : монографія / за заг. ред. Шевченко І. С. Харків : Константа, 2005. С. 233–236.

58. Шейко В. М., Кушнарєнко Н. М. Організація та методика науково-дослідницької діяльності : підручник. Харків : ХДАК, 2002. 288 с.

59. Юськів Б. М. Контент-аналіз. Історія розвитку і світовий досвід : монографія. Рівне : Перспектива, 2006. 203 с.

60. Яремко Я. Концепт держава в українському політичному дискурсі. *Українознавчі студії*. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Us_2012-2013_13-14_20.pdf. (дата звернення: 25.11.2023).

61. Ясіновська О. Про межі термінів поняття і концепт у сучасній когнітивній лінгвістиці. *Вісник Львівського національного ун-ту. Серія філологія*. 2003. Вип. 30. С. 257–268.

62. Ястремська Т. Картина світу і концепт: проблема (пере)осмислення. *Україна: культурна спадщина, національна свідомість, державність* / гол. ред. І. Соляр; НАН України, Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича. Львів : Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича НАН України, 2020. Вип. 33.

С. 394-410. URL: <https://www.inst-ukr.lviv.ua/download.php?portfolioitemid=374>
(дата звернення: 29.10.2023).

63. Яструбецька Г. Концепт «Україна» в поезотворчості Василя Стуса. *Слово і час*. 2004. № 10. С. 12–19.

64. Яцкевич О. О. Концепт «воля» в українській мовній картині світу : автореф. дис... канд. філол. наук : 10.02.01 / Харків. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. Харків, 2009. 19 с.

65. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. London, 2003 232 p.

66. Langacker R. Concept, Image and Symbol. *The Cognitive Basis of Grammar*. New York : Mouton de Gruyter, 1991. 589 p.

67. Wierzbicka A. *Language. Culture. Cognition*. New York : Oxford University Press, 1997. 480 p.

ДОДАТОК А



ДОДАТОК Б



ДОДАТОК В



ДОДАТОК Г



ДОДАТОК Д



Mustafa Nayyem

21 листопад 2013 р. · 🌐

Встречаемся в 22:30 под монументом Независимости. Одевайтесь тепло, берите зонтики, чай, кофе, хорошее настроение и друзей. Перепост всячески приветствуется!

ЭТО НЕ ЗА ЕВРОПУ,
А ЗА ЧЕСТНЫЕ
СУДЫ

ВЫХОДИ НА МАЙДА



ДОДАТОК Е



ДОДАТОК Ж



ДОДАТОК И



ДОДАТОК К



ДОДАТОК Л



ДОДАТОК М



ДОДАТОК Н



ДОДАТОК П



ДОДАТОК Р



ДОДАТОК С



ДОДАТОК Т



ДОДАТОК У



ДОДАТОК Ф

Підтримка вступу України в ЄС



ДОДАТОК X

СТАВЛЕННЯ СОЮЗНИКІВ
ДО ЧЛЕНСТВА УКРАЇНИ В НАТО

Інфографіку створено за даними відкритих джерел інформації станом на 28 квітня 2023 року

СЛОВО І ДІЛО

  <p>А. Дуда Президент Польщі</p>	<p>Червень, 2022</p> <p>«Прийняти її <Україну> до складу НАТО як державу, що воює, де-факто неможливо. Але я наголосив, що двері Північноатлантичного альянсу повинні залишитися відчиненими»</p>
<p>Вересень, 2022</p> <p>«Україна має бути членом НАТО. Таку позицію ми відстоюємо вже понад десятиліття. І ми віримо в політику відкритих дверей»</p>	  <p>М. Жолі Міністерка закордонних справ Канади</p>
  <p>Е. Макрон Президент Франції</p>	<p>Грудень, 2022</p> <p>«З цією росією <під керівництвом путіна> таке важко уявити. Але чи вступить Україна до НАТО – що не є найбільш ймовірним сценарієм – чи ні, їй <Україні> потрібно надати гарантії безпеки»</p>
<p>Січень, 2023</p> <p>«Якби Україна була членом НАТО, в країні не було б війни. Якщо є один кордон, який росія не перетне, то це кордон НАТО»</p>	  <p>С. Марін Прем'єр-міністерка Фінляндії</p>
  <p>П. Павел Президент Чехії</p>	<p>Лютий, 2023</p> <p>«Українські військові, ймовірно, будуть найдосвідченішими військовими у Європі. Я вважаю, що вони <українці> дійсно на це заслужують»</p>
<p>Квітень, 2023</p> <p>«Двері НАТО залишаються відчиненими, але ми маємо бути зосереджені на підготовці України до контрнаступу, щоб спробувати повернути більше території, а також на приведенні України до стандартів НАТО»</p>	  <p>Е. Блінкен Державний секретар США</p>
  <p>Д. Клеверлі Міністр закордонних справ Великої Британії</p>	<p>Квітень, 2023</p> <p>«Велика Британія хоче підтримати Україну в кінцевому підсумку на шляху до членства в НАТО. Дуже важливою є послідовність дій – і сьогоднішня робота полягає в тому, щоб допомогти їм <українцям> захистити себе»</p>
<p>Квітень, 2023</p> <p>«Законне місце України – в НАТО. З часом наша підтримка допоможе вам <українцям> це реалізувати»</p>	  <p>Є. Столтенберг Генеральний секретар НАТО</p>
  <p>Г. Науседа Президент Литви</p>	<p>Квітень, 2023</p> <p>«Замість того, щоб повторювати заїжджені фрази про відчинені двері НАТО, нам <країнам-членам НАТО> потрібно знайти більш конкретні механізми для швидкої інтеграції України в простір НАТО після закінчення війни. Це стало б посиленням НАТО»</p>

ДОДАТОК Ц

Forbes | Хроніка війни

ВТРАТИ ОКУПАНТА

на 7:00, 4 Березня

■ Оновлення за останні 24 години

**33** (+3)
Літаки**37** (+6)
Гелікоптери**105** (+15)
Гармати**251** (+34)
Танки**939** (+39)
бойові броньовані машини**1**
ЗРК БУК**50** (+8)
ГРАД**404** (+30)
Автомобільна техніка**60**
Цистерни**3**
БпЛА ОТР**2**
Кораблі та катери**18** (+7)
Засоби ППО**9 166** (+166)
Особовий склад**джерело**Міністерство Оборони України
(дані уточнюються)

**Декларація академічної доброчесності здобувача освітнього ступеня
магістра ЗНУ**

Я Резніченко Андрій Андрійович, студент II курсу, форми навчання денної, факультету журналістики, спеціальність медіакомунікації, адреса електронної пошти bothersome.herald@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Концепт “Україна” у вітчизняній медіасфері» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

-згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ Резніченко А.А.

Дата _____ Підпис _____ Романюк Н.В.