

Дика Анна

здобувач другого рівня вищої освіти,

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

Науковий керівник: Гарасим Т. О., кандидат філологічних наук,

доцент кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови

ПОЛІТИЧНА РИТОРИКА ТА ФРЕЙМІНГ ВІЙНИ В УКРАЇНІ В АНГЛОМОВНИХ ЗМІ

У сучасному глобалізованому медіапросторі засоби масової інформації відіграють різнобічну роль: вони не лише повідомляють новини, а й активно формують суспільне сприйняття політичних та соціальних процесів. ЗМІ стали місцем, де конструюється соціальна реальність, а їхній вплив сягає далеко за межі національних кордонів. Це особливо помітно в контексті збройних конфліктів, коли інтерпретація подій безпосередньо впливає на думку міжнародної суспільства, формуючи уявлення про війну та її політичних учасників.

У випадку війни в Україні англomовні медіа є ключовим каналом передачі інформації світовій спільноті. Вони не лише повідомляють про факти, а й встановлюють інтерпретаційні рамки, що визначають, як аудиторія розуміє події. Політична риторика державних лідерів, зокрема президентів США, стає важливим чинником, що опосередковано впливає на медіадискурс, формуючи його тон та лексичні характеристики.

Метою цього дослідження є проведення аналізу політичної риторики та стратегій фреймінгу щодо війни в Україні в англomовних ЗМІ. Завданням є виявлення відмінностей у новинах під час президентства Дональда Трампа та Джо Байдена, а також визначення того, як політичні заяви та комунікаційні стратегії впливають на формування міжнародного дискурсу. Дослідження має на меті продемонструвати, що фреймінг є не лише журналістською технікою, а й інструментом політичної влади, який формує інтерпретацію війни та її оцінку з моральної точки зору.

У засобах масової інформації фреймінг розглядається як процес вибору та акцентування певних елементів дійсності з метою формування певної інтерпретації подій. Як зазначає Г. Феєрклаф, мова у ЗМІ є «інструментом влади, що формує соціальні відносини та ідеології» [7, с. 27]. Це означає, що журналістські тексти не є нейтральними, а натомість вони завжди відображають певну позицію та спрямовані на формування суспільних уявлень.

Варто врахувати й теоретичні аспекти масової комунікації. Як стверджує О. Косюк, масова комунікація — це «процес поширення інформації за допомогою технічних засобів, який має на меті вплив на великі групи людей та формування суспільної думки» [1, с. 15]. Це визначення дозволяє зрозуміти, чому саме медіа стають ключовим інструментом у формуванні міжнародного дискурсу про війну в Україні.

Таким чином, політична риторика та фреймінг взаємодіють як взаємопов'язані механізми, адже риторика задає тональність, а фреймінг забезпечує інтерпретаційні рамки, що визначають сприйняття війни міжнародною аудиторією.

Аналіз англomовних ЗМІ показує, що під час президентства Дональда Трампа переважав більш обережний і часто двозначний дискурс щодо України. У заголовках новин використовувалися нейтральні або згладжені формулювання, що створювало атмосферу невизначеності. Такий підхід можна трактувати як відображення політичної риторики для уникнення чіткого визначення подій, до прикладу, в заголовку Politico (2025): *“Trump wants peace in Ukraine, no matter what a deal looks like”* [8].

На противагу цьому, у період президентства Джо Байдена відбувається помітна трансформація медійного фреймінгу. Як підкреслює Дж. Річардсон, газетні тексти «створюють інтерпретаційні рамки, які визначають, як аудиторія сприймає події» [9, с. 12]. Заголовки новин і статті стають все більш твердими, емоційно зарядженими та змістовно багатими. Зокрема, використання таких лексем *“war”*, *“invasion”* у поєднанні з описовими такими прикметниками, як *“brutal”* і *“unjust”* встановлює чітку систему трактування, в рамках якої події однозначно класифікуються як акти агресії. У матеріалі Associated Press війна в Україні описується наступним чином: *“...with a country still fighting what he called “a brutal and unjust war” days before the first anniversary of Russia’s invasion”* [3].

Іншим важливим фактором є практичний рівень дискурсу. За часів президентства Джо Байдена спостерігається зростання рівня персоналізації: увага зосереджується на політичних діячах і їхніх діях, що підвищує зацікавленість аудиторії та сприяє формуванню чіткішої моральної думки щодо подій. Наприклад, у матеріалах Axios, присвячений візиту Джо Байдена в Україну та його зустріч з Володимиром Зеленським щодо надання нових пакетів допомоги: *“Biden said in a statement he traveled to Kyiv to meet with Ukrainian President Volodymyr Zelensky and reaffirm our unwavering and unflagging commitment to Ukraine’s democracy, sovereignty, and territorial integrity”* [4].

Як наголошує О. Тараненко, політична мова «завжди взаємодіє з соціальними процесами, формуючи образи «свого» та «чужого» [2, с. 48]. За часів президентства Дональда Трампа в медійному дискурсі спостерігалася менш виразна моральна подільність сторін конфлікту. У CNBC згадується, що *“Trump’s more dour view of reaching a peace deal underscores the distance he has traveled since the 2024 campaign, when he brashly predicted he’d end the war within 24 hours of taking office. (He later said he was speaking ‘figuratively.’)”* [5].

Натомість у період Байдена дихотомія «жертва-агресор» стає чіткою, що посилює ефект мобілізації міжнародної підтримки України. У статті від Euronews, яка була написана ще до повномасштабної війни, зазначається

наступне: “...with an unwavering resolve that freedom will always triumph over tyranny” [6].

Фреймінг війни в Україні в англomовних ЗМІ є динамічним процесом, який залежить від політичного контексту та риторики державних лідерів. У період президентства Дональда Трампа медіадискурс характеризувався більш нейтральною тональністю, тоді як у період Джо Байдена відбувається чітка зміна фреймінгу: заголовки стають категоричними, емоційно забарвленими й однозначними. Отже, політична риторика виступає важливим чинником формування медіадискурсу, впливаючи на спосіб репрезентації війни та її сприйняття міжнародною аудиторією, що підкреслює необхідність критичного аналізу медіатекстів у контексті сучасних інформаційних процесів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Косюк О. Теорія масової комунікації. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2012. 384 с.
2. Тараненко О. О. Мова і політика: проблеми взаємодії. Київ: Видавництво НАН України, 2018. 689 с.
3. Associated Press. Biden declares ‘Kyiv stands’ in surprise visit to Ukraine (February 21, 2023) URL: <https://apnews.com/article/russia-ukraine-zelenskyy-biden-f00af220669457d5ba07127c7e57a27b> (дата звернення: 07.04.2026)
4. Axios. Biden on surprise visit to Ukraine: “One year later, Kyiv stands” (February 20, 2023) URL: <https://www.axios.com/2023/02/20/biden-surprise-visit-kyiv-ukraine-russia-invasion> (дата звернення: 07.04.2026)
5. CNBC. Trump grows pessimistic about the prospect of ending the Russia-Ukraine war. URL: <https://www.cnbc.com/2025/09/05/trump-grows-pessimistic-about-the-prospect-of-ending-the-russia-ukraine-war.html> (дата звернення: 07.04.2026)
6. Euronews. Biden vows to halt Russia in Ukraine: ‘Freedom will always triumph over tyranny’. URL: <https://www.euronews.com/2022/03/02/biden-vows-to-halt-russia-in-ukraine-freedom-will-always-triumph-over-tyranny> (дата звернення: 07.04.2026)
7. Fairclough N. Language and Power. London: Routledge, 2015. 296 p.
8. Politico. Trump wants peace in Ukraine, no matter what a deal looks like (November 21, 2025). URL: <https://www.politico.com/news/2025/11/25/trump-wants-peace-in-ukraine-no-matter-what-a-deal-looks-like-00668136> (дата звернення: 7.04.2026)
9. Richardson J. E. Analysing Newspapers: An Approach from Critical Discourse Analysis. London: Palgrave Macmillan, 2007. 268 p.