МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО

Журнал заснований у 1918 році

ВЧЕНІ ЗАПИСКИ

ТАВРІЙСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО

Серія: Філологія. Журналістика

Том 36 (75) № 2 2025

Частина 2

Видавничий дім
«Гельветика»
2025

Головний редактор:

Досенко Анжеліка Костянтинівна – кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка, завідувачка кафедри журналістики, Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського (головний редактор).

Члени редакційної колегії:

Бикова Ольга Миколаївна – кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка, доцентка кафедри міжнародної журналістики факультету журналістики, Київський столичний університет імені Бориса Грінченка;

Гадомський Олександр Казимирович – доктор філологічних наук, доктор габілітований гуманітарних наук в області мовознавства (Варшавський університет), професор, завідувач кафедри білоруських та українських досліджень, Інститут славістики, Опольський університет, Ополе, Польща;

Маркова Мар'яна Василівна – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри романської філології та компаративістики, Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка;

Свенцицька Еліна Михайлівна – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри слов'янської та романо-германської філології, Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського;

Ткаченко Тетяна Іванівна – доктор філологічних наук, доцент;

Юксель Гаяна Заїрівна – докторка наук зі соціальних комунікацій, доцентка, професорка кафедри журналістики, Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського.

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського
(протокол № 8 від 27 березня 2025 року)

Науковий журнал «Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського.
Серія: Філологія. Журналістика» зареєстровано відповідно до Рішення Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення № 1136 від 11.04.2024 року. Ідентифікатор медіа – R30-04001. Суб'єкт у сфері друкованих медіа – Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського (просп. Берестейський, 10, м. Київ, 01135, e-mail: crimea.tnu@gmail.com. Тел.: +38 (044) 529-05-16).

Періодичність – 6 разів на рік.

Мови видання: українська, англійська, польська, німецька, французька, словацька, румунська, італійська.

Журнал включено до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б») зі спеціальностей В11 Філологія (за спеціалізаціями), С7 Журналістика відповідно до Наказу МОН України від 17.03.2020 № 409 (додаток 1)

Журнал включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus International (Республіка Польща)

Сторінка журналу: www.philol.vernadskyjournals.in.ua

ISSN 2710-4656 (Print)
ISSN 2710-4664 (Online)

© Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського, 2025

ЗМІСТ

КЛАСИЧНІ МОВИ. ОКРЕМІ ІНДОЄВРОПЕЙСЬКІ МОВИ

Корзакова Х. Б.
КУЛЬТУРА НЕЄВРЕЙСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ ЮДЕЇ В ЕЛЛІНІСТИЧНУ ЕПОХУ НА ПРИКЛАДІ «СИДОНСЬКОЇ» ПОХОВАЛЬНОЇ ПЕЧЕРИ В МІСТІ МАРЕША..... **1**

ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО

Аліменко О. С., Тогобицька А. І.
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКИХ ПОРІВНЯНЬ ІЗ ЗООНІМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ ПРИ СУБТИТРУВАННІ НА КОРЕЙСЬКУ МОВУ..... **8**

Білічак О. І.
СТРАТЕГІЇ ПЕРЕДАЧІ ЗНАЧЕНЬ MUCH І MANY У ПЕРЕКЛАДАЦЬКІЙ ПРАКТИЦІ: РОМАН ДЖ. РОУЛІНГ «ГАРРІ ПОТТЕР І СМЕРТЕЛЬНІ РЕЛІКВІЇ»..... **14**

Boiko Ya. V.
THE CONCEPT OF *NEW ETHICS* IN THE ERA OF INFORMATION AND SCIENTIFIC ADVANCEMENT: TRANSLATIONAL PERSPECTIVE..... **20**

Воскобойник В. І., Шпак М. В., Дзекун Ю. В.
ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ПЕРЕКЛАДАЧА В СУДОВИХ ПРОЦЕСАХ В УКРАЇНІ..... **29**

Олійник О. С.
ДУПЛЕТИ ТА ТРИПЛЕТИ В АНГЛОМОВНИХ ЮРИДИЧНИХ ТЕКСТАХ ЯК ПРОБЛЕМА ПЕРЕКЛАДУ..... **35**

Стасюк Б. В., Нестелєєв М. А.
ВИКОРИСТАННЯ НОВИННИХ РЕСУРСІВ У ПІДГОТОВЦІ УСНИХ ПЕРЕКЛАДАЧІВ..... **42**

Степанов В. В., Щербак Д. С.
ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У БРИТАНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ СТРАТЕГІЇ..... **53**

Suima I. P., Novikova O. V.
CHALLENGES IN TRANSLATING COMPUTER SCIENCE AND MATHEMATICAL TERMS FROM ENGLISH INTO UKRAINIAN..... **59**

Сунько Н. О., Швед В. Б.
ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ СЛЕНГУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ..... **64**

Шишко А. В., Пономаренко О. О.
ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДУ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ ТА НІМЕЦЬКОМОВНИХ МЕДІА ТЕКСТАХ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ..... **71**

Шуневич Б. І., Городецька Н. Г., Гавришків Н. Б.
СЛОВНИКАРСТВО У ЛЬВІВСЬКОМУ НАЦІОНАЛЬНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ: МИНУЛЕ, ТЕПЕРІШНЄ, МАЙБУТНЄ..... **77**

ЛІТЕРАТУРА ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН

Бігун О. А., Крук З. М., Луцик Н. М.
МІСЬКИЙ ТОПОС У РОМАНІ ЕЛІЗАБЕТ ҐІЛБЕРТ «МІСТО ДІВЧАТ»..... **84**

Gurbanova A.
BILINGUALISM AND COGNITIVE FLEXIBILITY:
EXAMINING THE NEURAL CORRELATES..... **90**

Ismayilova Sh.
THE ERA OF INDEPENDENCE AS THE INCEPTION
OF A NEW POETIC PARADIGM..... **102**

Ковпік С. І.
СПЕЦИФІКА ХУДОЖНЬОЇ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ МИЛОСЕРДЯ
У РОМАНІ Е.-Е. ШМІТТА «ОСКАР І РОЖЕВА ПАНІ»..... **109**

Козубенко Л. М.
ВПЛИВ БІОГРАФІЇ ПИСЬМЕННИКА НА ФОРМУВАННЯ СВІДОМОСТІ ГЕРОЇВ
У РОМАНІ В. СТАЙРОНА «ВИБІР СОФІ»..... **115**

Кравченко Л. С.
ДРАМАТУРГІЯ Р. М. РІЛЬКЕ..... **120**

Кушнір І. Б.
ТОПОСИ ДИТИНСТВА: «АФРИКАНЕЦЬ» Ж. М. Г. ЛЕ КЛЕЗІО..... **125**

Оксінь Н. С., Андріанов Д. В., Кінджибала О. С.
КОРЕЙСЬКІ МАНХВА ТА ВЕБТУНИ: ЦИФРОВА ЕВОЛЮЦІЯ
ЛІТЕРАТУРНОГО НАРАТИВУ..... **132**

Сава К. Р.
ЕСТЕТИКА СМЕРТІ В ОРІЄНТАЛЬНІЙ ПРОЗІ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ
ТЕОФІЛЯ ГОТЬЄ «РОМАН МУМІЇ»)..... **139**

Stanislav O. V.
SPÉCIFITÉ DE LA LITTÉRATURE FRANÇAISE POUR LES ENFANTS..... **145**

ТЕОРІЯ ЛІТЕРАТУРИ

Біловус Л. І., Швець Т. В., Павлішена Л. В.
АВТОРЕФЛЕКСІЯ В АСПЕКТІ НАРАТИВНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ..... **150**

Науменко Н. В.
ТЕРМІНОЛОГІЧНА КОНЦЕПТОСФЕРА У РОЗУМІННІ ПРИРОДИ
ТА ШЛЯХІВ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО ВІЛЬНОГО ВІРША..... **156**

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Благовірна Н. Б., Кошелюк О. В.
МОБІЛЬНІ ЗАСТОСУНКИ СПОВІЩЕНЬ ПРО ПОВІТРЯНІ ТРИВОГИ
ЯК НОВИЙ ТРЕНД КРИЗОВИХ КОМУНІКАЦІЙ
ТА ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ..... **165**

Конєв Д. С.
КОНТЕНТНЕ НАПОВНЕННЯ МЕДІАПОВІДОМЛЕНЬ: ВПЛИВ НА ЦІЛЬОВУ
АУДИТОРІЮ (НА ПРИКЛАДІ РЕГІОНАЛЬНОГО ОНЛАЙН-ЖУРНАЛУ «ЦУКР»)..... **173**

Косюк О. М.
ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ ІНТЕРКУРС В ХУДОЖНІЙ ПРОЗІ РОМАНА ІВАНИЧУКА..... **179**

Мельникова-Курганова О. С.
ТРАНСФОРМАЦІЯ КАНАЛІВ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС АКТИВНИХ ВОЄННИХ ДІЙ У 2022 Р. НА ПРИКЛАДІ МАРІУПОЛЯ..... **185**

Стєкольщикова В. А., Бабич В. І., Сікорська В. Ю.
АНАЛІЗ ЕМОЦІЙНОГО КОНТЕНТУ У МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ: ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ МАШИННОГО НАВЧАННЯ..... **191**

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

Бабенко В. С.
«МИР, ЯК ПОРАЗКА» І «ПЕРЕМОГА, ЯК СВІТОВА ГЕОПОЛІТИЧНА ПЕРЕБУДОВА»: ДО КОНТЕКСТУ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ В МАСМЕДІЙНИХ НАРАТИВАХ..... **197**

Бідзіля Ю. М., Гецко Г. І.
ВПЛИВ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ ПРОФЕСІЙНИХ СТАНДАРТІВ У ЖУРНАЛІСТИЦІ..... **205**

Йордан Г. М., Тарасюк В. Ю., Лаврик О. В.
ВПЛИВ ФАКТЧЕКІНГУ НА ЯКІСТЬ ІНФОРМАЦІЇ В ЕПОХУ ЦИФРОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ..... **214**

Калиновська І. М., Коляда Е. К., Одарчук Н. А.
ПРОТИДІЯ РОСІЙСЬКІЙ ПРОПАГАНДІ: СЕМІОТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПОЛІТИЧНИХ КАРИКАТУР В КАНАДСЬКИХ ОНЛАЙН-ПУБЛІКАЦІЯХ 2022–2024 РР..... **223**

Литвиненко А. І.
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМАТІВ ТЕЛЕПРОГРАМ НА КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКУ ТЕМАТИКУ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ: ІСТОРИЧНИЙ ПОСТУП ТА ПЕРСПЕКТИВИ..... **233**

Мусій В. Б.
«БІБЛІОТЕКАР» ВАСИЛЯ МАХНА: ДО ПИТАННЯ ПРО ОБРАЗНІСТЬ В ЕСЕЇ..... **241**

Пикалюк Р. В.
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЖУРНАЛІСТИКИ ДАНИХ В УКРАЇНІ В ПЕРІОД ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ..... **246**

ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Baliun O. O., Fysun D. M., Fisenko T. V.
ANIMAL IMAGERY AS AN ELEMENT OF CONSTRUCTIVE PROPAGANDA IN THE CONTEXT OF RUSSIA'S WAR AGAINST UKRAINE..... **252**

Ганцюк Т. Д., Опар Н. В., Гуляк К. В.
ВІДОБРАЖЕННЯ СТЕРЕОТИПІВ ТА ЕТНІЧНИХ УПЕРЕДЖЕНЬ У КІНОМАТОГРАФІЇ (НА МАТЕРІАЛІ КІНОФІЛЬМУ «SERIAL (BAD) WEDDINGS»)..... **258**

Horska K. O.
TRANSFORMATION OF MEDIA CONTENT VALUE PARAMETERS: THE ROLE OF INTERACTIVITY IN THE DIGITAL ENVIRONMENT..... **264**

Захаров В. В., Красненко О. Л., Левко У. Е.
КРОСМЕДІЙНІ ПРАКТИКИ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ: ПЛАТФОРМИ, ТЕКСТИ, МАРКЕТИНГОВА СКЛАДОВА..... **271**

Сокіл М. Б., Мина Ж. В.
ОПТИМІЗАЦІЯ КОНТЕНТУ ТА ПІДВИЩЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОСТІ САЙТІВ БІБЛІОТЕК: АНАЛІЗ СТРУКТУРИЗАЦІЇ, ДОСТУПНОСТІ ТА ІНТЕРАКТИВНОСТІ НА ОСНОВІ ЕКСПЕРТНОЇ ОЦІНКИ **279**

Теребус О. Л.
ВИКОРИСТАННЯ ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ **285**

Панченко Л. Ф., Алданькова Г. В., Яцюк Д. В.
ДИДЖИТАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТРАНСФОРМАЦІЯХ СУСПІЛЬНОГО ТА КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ СУЧАСНОГО МІСТА **290**

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ **304**

CONTENTS

CLASSICAL LANGUAGES. SOME INDO-EUROPEAN LANGUAGES

Korzakova H. B.
CULTURE OF THE NON-JEWISH POPULATION OF JUDEA IN THE HELLENISTIC PERIOD: A CASE STUDY OF THE 'SIDONIAN' BURIAL CAVE IN MARESHA..... 1

TRANSLATION STUDIES

Alimenko O. S., Tohobytska A. I.
TRANSLATION PECULIARITIES OF UKRAINIAN SIMILES WITH ZOONYMIC COMPONENTS IN SUBTITLING INTO KOREAN LANGUAGE..... 8

Bilichak. O. I.
STRATEGIES FOR CONVEYING THE MEANINGS OF MUCH AND MANY IN TRANSLATION PRACTICE: J. K. ROWLING «HARRY POTTER AND THE DEATHLY HALLOWS»..... 14

Boiko Ya. V.
THE CONCEPT OF *NEW ETHICS* IN THE ERA OF INFORMATION AND SCIENTIFIC ADVANCEMENT: TRANSLATIONAL PERSPECTIVE..... 20

Voskoboinyk V. I., Shpak M. V., Dzekun Yu. O.
PECULIARITIES OF THE TRANSLATOR'S WORK IN COURT PROCEEDINGS IN UKRAINE..... 29

Oliinyk O. S.
DOUBLETS AND TRIPLETS IN ENGLISH LEGAL TEXTS AS A TRANSLATION ISSUE..... 35

Stasiuk B. V., Nestelieiev M. A.
APPLICATION OF NEWS OUTLETS FOR INTERPRETER TRAINING..... 42

Stepanov V. V., Shcherbak D. S.
PECULIARITIES OF RENDERING PHRASEOLOGICAL UNITS IN BRITISH POLITICAL DISCOURSE: PROBLEMS AND TRANSLATION STRATEGIES..... 53

Suima I. P., Novikova O. V.
CHALLENGES IN TRANSLATING COMPUTER SCIENCE AND MATHEMATICAL TERMS FROM ENGLISH INTO UKRAINIAN..... 59

Sun'ko N. O., Shved V. B.
SLANG PECULIARITIES REPRODUCTION IN THE UKRAINIAN LANGUAGE..... 64

Shyshko A. V., Ponomarenko O. O.
A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE TRANSLATION OF NEOLOGISMS IN MODERN ENGLISH AND GERMAN MEDIA TEXTS INTO UKRAINIAN..... 71

Shunevych B. I., Horodetska N. H., Havryshkiv N. B.
DICTIONARY COMPILING AT LVIV NATIONAL ENVIRONMENTAL UNIVERSITY: PAST, PRESENT, FUTURE..... 77

LITERATURE OF FOREIGN COUNTRIES

Bigun O. A., Kruk Z. M., Lutsyk N. M.
URBAN TOPOS IN THE NOVEL OF ELIZABETH GILBERT “CITY OF GIRLS”..... **84**

Gurbanova A.
BILINGUALISM AND COGNITIVE FLEXIBILITY:
EXAMINING THE NEURAL CORRELATES..... **90**

Ismayilova Sh.
THE ERA OF INDEPENDENCE AS THE INCEPTION
OF A NEW POETIC PARADIGM..... **102**

Kovpik S. I.
SPECIFICITY OF ARTISTIC INTERPRETATION OF MERCY IN THE NOVEL
E.-E. SCHMITTA «OSKAR AND PINK LADY»..... **109**

Kozubenko L. M.
THE INFLUENCE OF THE WRITER’S BIOGRAPHY ON THE FORMATION
OF THE CONSCIOUSNESS OF THE CHARACTERS IN W. STEYRON’S NOVEL
«SOPHIE’S CHOICE»..... **115**

Kravchenko L. S.
THE DRAMATURGY OF R.M.RILKE..... **120**

Kushnir I. B.
TOPOI OF CHILDHOOD: “THE AFRICAN” BY J. M. G. LE CLÉZIO..... **125**

Oksin N. S., Andrianov D. V., Kindzhybala O. S.
KOREAN MANHWA AND WEBTOONS:
THE DIGITAL EVOLUTION OF LITERARY NARRATIVE..... **132**

Sava K. R.
THE AESTHETICS OF DEATH IN ORIENTAL PROSE (BASED ON THE NOVEL
‘THE NOVEL OF THE MUMMY’ BY THÉOPHILE GAUTIER)..... **139**

Stanislav O. V.
SPÉCIFITÉ DE LA LITTÉRATURE FRANÇAISE POUR LES ENFANTS..... **145**

LITERARY THEORY

Bilovus L. I, Shvets T. V., Pavlishena L. V.
SELF-REFLECTION IN THE ASPECT OF NARRATIVE STUDIES..... **150**

Naumenko N. V.
TERMINOLOGICAL CONCEPT SPHERE TO COMPREHEND THE NATURE
AND DEVELOPMENT TRENDS OF UKRAINIAN FREE VERSE..... **156**

THEORY AND HISTORY OF JOURNALISM

Blahovirna N. B., Kosheliuk O. V.
MOBILE APPS FOR AIR ALERT NOTIFICATIONS AS A NEW TREND
IN COUNTERACTING DISINFORMATION..... **165**

Koniev D. S.
MEDIA MESSAGES CONTENT: IMPACT ON THE TARGET AUDIENCE
(ON THE EXAMPLE OF THE REGIONAL ONLINE JOURNAL «TSUKR»)..... **173**

Kosiuk O. M.
A JOURNALISTIC INTERVENTION IN ROMAN IVANYCHUK'S PROSE FICTION..... **179**

Melnykova-Kurhanova O. S.
TRANSFORMATION OF COMMUNICATION CHANNELS DURING ACTIVE MILITARY OPERATIONS IN 2022 ON THE EXAMPLE OF MARIUPOL..... **185**

Stiekolshchykova V. A., Babych V. I., Sikorska V. Yu.
ANALYSIS OF EMOTIONAL CONTENT IN MASS COMMUNICATIONS: APPLICATION OF MACHINE LEARNING METHODS..... **191**

THEORY AND HISTORY OF JOURNALISM

Babenko V. S.
"PEACE AS DEFEAT" AND "VICTORY AS WORLD GEOPOLITICAL RESTRUCTURING": TOWARDS THE CONTEXT OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR IN MASS MEDIA NARRATIVES..... **197**

Bidzilya Yu. M., Hetsko H. I.
THE IMPACT OF MODERN TECHNOLOGIES ON THE TRANSFORMATION OF PROFESSIONAL STANDARDS IN JOURNALISM..... **205**

Yordan H. M, Tarasiuk V. Yu., Lavryk O. V.
INFLUENCE OF FACT-CHECKING ON INFORMATION QUALITY IN THE ERA OF DIGITAL JOURNALISM..... **214**

Kalynovska I. M., Koliada E. K., Odarchuk N. A.
COUNTERING RUSSIAN PROPAGANDA: SEMIOTIC ANALYSIS OF POLITICAL CARTOONS IN CANADIAN ONLINE PUBLICATIONS 2022–2024..... **223**

Lytvynenko A. I.
CHARACTERISTICS OF THE FORMATS OF CULTURAL AND ARTISTIC PROGRAMS ON UKRAINIAN TELEVISION: HISTORICAL PROGRESS AND PROSPECTS..... **233**

Musii V. B.
«LIBRARY» BY VASYL MAKHNO: TO THE QUESTION OF IMAGERY IN THE ESSAY..... **241**

Pykaliuk R. V.
TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF DATA JOURNALISM IN UKRAINE DURING THE FULL-SCALE WAR..... **246**

APPLIED SOCIAL AND COMMUNICATION

Baliun O. O., Fysun D. M., Fisenko T. V.
ANIMAL IMAGERY AS AN ELEMENT OF CONSTRUCTIVE PROPAGANDA IN THE CONTEXT OF RUSSIA'S WAR AGAINST UKRAINE..... **252**

Hantsiuk T. D., Opar N. V., Huliak K. V.
REFLECTIONS OF STEREOTYPES AND ETHNIC PREJUDICE IN CINEMATOGRAPHY (BASED ON THE FILM «SERIAL (BAD) WEDDINGS»)..... **258**

Horska K. O.
TRANSFORMATION OF MEDIA CONTENT VALUE PARAMETERS: THE ROLE OF INTERACTIVITY IN THE DIGITAL ENVIRONMENT..... **264**

Zakharov V. V., Krasnenko O. L., Levko U. E.
CROSS-MEDIA PRACTICES IN CONTEMPORARY UKRAINIAN JOURNALISM: PLATFORMS, TEXTS, MARKETING COMPONENT..... **271**

Sokil M. B., Myna Zh. V.
PRESENTATION OF THE ACTIVITIES OF LOGISTICS COMPANIES
OF UKRAINE ON THE INSTAGRAM SOCIAL NETWORK..... **279**

Terebus O. L.
USE OF PUBLIC RELATIONS FOR PROMOTING HIGHER
EDUCATION INSTITUTIONS..... **285**

Panchenko L.F., Aldankova H.V., Yatsiuk D.V.
DIGITALIZATION OF SOCIAL COMMUNICATION TECHNOLOGIES
IN THE TRANSFORMATIONS OF THE SOCIAL AND COMMUNICATION SPACE
OF THE CONTEMPORARY CITY..... **290**

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS..... **304**

КЛАСИЧНІ МОВИ. ОКРЕМІ ІНДОЄВРОПЕЙСЬКІ МОВИ

УДК 904
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/01

Корзакова Х. Б.
Університет Бар-Ілан

КУЛЬТУРА НЕЄВРЕЙСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ ЮДЕЇ В ЕЛЛІНІСТИЧНУ ЕПОХУ НА ПРИКЛАДІ «СИДОНСЬКОЇ» ПОХОВАЛЬНОЇ ПЕЧЕРИ В МІСТІ МАРЕША

Стаття присвячена розгляду різних текстуальних і візуальних елементів оздоблення Сідонської поховальної печери в місті Мареша, Ізраїль. Місто Мареша, яке згадується як єврейське місто в Біблії, після зруйнування Першого Храму Мареша була заселена ідумеями і перетворилася на столицю Західної Ідумеї. Хасмонейський цар Гіркан I знову завоював Марісу, і вона перебувала під владою юдейських царів аж до походу Помпея. У 57–55 рр. до н.е. римський намісник Сирії Габіній відбудував місто, проте у 40 р. до н.е. парфяни остаточно його зруйнували. Завдяки тому, що більше на місці Мареші ніхто не селився, у наш час вона представляє собою найбагатшу археологічну локацію.

В елліністичну епоху місто почали називати Марісою і в ньому оселилася заможна громада сидонян. Сідонська поховальна печера належала родині голови цієї спільноти, Аполлофана, який також був у ній похований.

Центральний напис поховальної камери проголошує: «Аполлофан син Сесмая, голова сидонян у Мареші тридцять три роки, вважався найкращим та найбільш відданим родині серед усіх своїх сучасників, помер у віці сімдесяти чотирьох років». Грецька мова широко використовувалася в повсякденному житті Мареші, про що свідчать грецькі написи на маленьких домашніх вівтарях, остраконах і графіті, астрагалах, свинцевих снарядах для пращі та свинцевих гирях. Поряд з цим, у великій кількості присутні також арамейські остракони, а документи в Мареші складалися арамейською.

Імена інших похованих свідчать про контакти місцевої спільноти еллінізованих фінікійців з ідумеями, арабами-набатеями та єгиптянами, дати поховань позначені відповідно до Селевкідського літочислення, а графіті говорять про нецільове використання печери грекомовними відвідувачами. Хтось із таких відвідувачів залишив на стіні передпечери поетичний напис трохеїчним триметром, який, імовірно, є цитатою з літературного твору «низового» жанру – міміямба.

Малюнки на стінах зображують екзотичних тварин і забезпечені назвами цих тварин грецькою мовою, що не є характерним для домашнього декору. У статті пропонується можливе пояснення цього феномену – бажання родини, яка володіла печерою, підкреслити свою грецьку освіченість.

Ключові слова: *Мареша, Юдея, елліністичний період, еллінізація, неєврейське населення Юдеї.*

Постановка проблеми. Культура неєврейського населення Юдеї в елліністичну епоху є предметом широкого кола сучасних досліджень. Особливий інтерес через хорошу збереженість представляє місто Мареша. Археологічні знахідки постійно відкривають нові аспекти історії міста, а зіставлення матеріалу з Мареші з іншими джерелами часто дозволяє доповнити те, що вже обговорювалося в науковій літературі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки Мареша ставала предметом як загальних оглядів [27], так і спеціальних досліджень [28]. Особливий інтерес, як і раніше, викликає етнічний склад населення міста [7; 19; 26] і його матеріальна культура [6]. Аналіз джерел, релевантних для цієї статті, див. далі. Автор цієї статті брала участь у дослідженнях, присвячених епіграфіці Мареші [15; 29].

Постановка завдання. Метою цієї статті є аналіз епіграфічних та візуальних даних із так званої Сидонської поховальної печери в Мареші, і представлення цілісної картини щодо культури людей, які використовували цю печеру як за прямим, так і не за прямим призначенням, а також спроба запропонувати деякі доповнення до інтерпретації вже відомого матеріалу.

Виклад основного матеріалу. Місто Мареша в Юдейській долині згадується вже в Старому Завіті як єврейське місто – наприклад, у книзі Єгошуа, 15:44. Після зруйнування Першого Храму Мареша була заселена ідумеями і поступово стала столицею Західної Ідумеї. В еллініcтичну епоху місто почали називати Марісою і в ньому оселилася заможна громада сидонян. Хасмонейський цар Гіркан І знову завоював Марісу, і вона перебувала під владою юдейських царів аж до походу Помпея. У 57–55 рр. до н.е. римський намісник Сирії Габіній відбудував місто, проте у 40 р. до н.е. парфяни остаточно його зруйнували [1]. Те, що місто більше не заселялося, сприяло винятковій збереженості цієї локації, зокрема її підземної частини або того, що опинилося під руїнами й було засипане землею. Перші археологічні відкриття в Мареші були зроблені ще в XIX столітті, а систематичні розкопки проводяться й донині [див. наприклад 16].

Поховальні печери Мареши були в користуванні протягом пізньоелліністичного та раннього римського періодів, перш ніж бути покинутими й на щастя забутими.

На початку двадцятого століття їх заново відкрила експедиція Блісса та Макалістера [2], а потім задокументували Пітерс і Тірш [24]. На жаль, згодом розписи печер були знищені місцевими жителями, однак завдяки точним малюнкам у книзі Пітерса і Тірша їх вдалося достатньо точно відновити, і зараз печери відкриті для відвідування в межах національного парку Бейт Ґоврін – Мареша. Звичайно, коли йдеться про дослідження написів та зображень, доводиться звертатися саме до видання Пітерса і Тірша з виправленнями Макалістера, а не до реконструкції.

Серед цих печер «Печера Аполлофана» примітна не лише написами з іменами похованих, що відображають етнічне розмаїття мешканців Мареши елліністичного періоду [19; див. також 7], але й стінами, прикрашеними складними зображеннями сцен полювання та тварин, справжніх і вигаданих, із їхніми назвами.

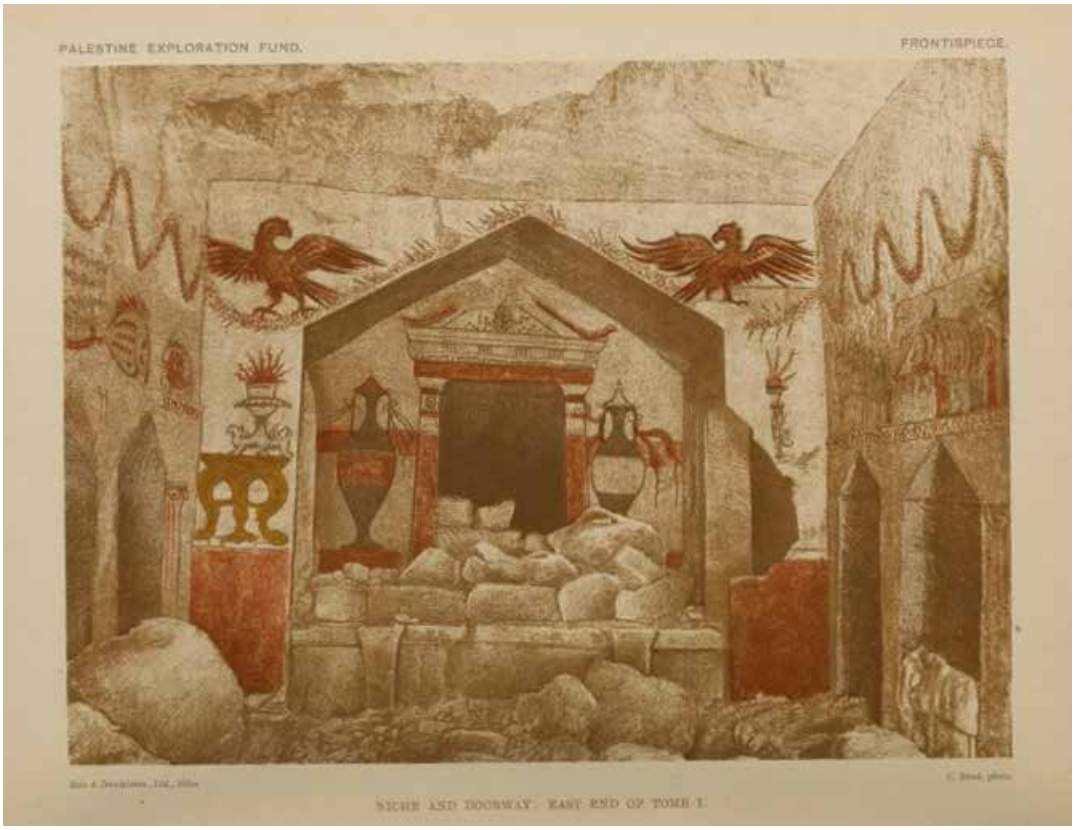


Рис. 1. Центральна частина Сидонської поховальної печери [24, facing page]

Центральний напис поховальної камери проголошує:

Ἀπολλοφάνης Σεσμαίου ἄρξας τῶν ἐν Μαρίσῃ Σιδωνίων ἔτη τριάκοντα καὶ τρία καὶ νομισθεὶς

πάντων τῶν καθ᾽ αὐτὸν χρηστότατος καὶ φιλοικειότατος ἀπέθανεν δὲ βιώσας ἔτη

ἑβδομήκοντα καὶ τέσσαρα ἐτ–

В перекладі:

«Аполлофан син Сесмая, голова сидонян у Мареші тридцять три роки, вважався найкращим та найбільш відданим родині серед усіх своїх сучасників, помер у віці сімдесяти чотирьох років.»

Як зазначає Левін [18, с. 200]: «Найвідоміший з написів... згадує Аполлофана, сина Сесмая. Им'я Аполлофан, що має грецьку форму, було поширеним серед еллінізованих фінікійців. Те саме стосується і Сесмая. Дочка Сесмая, також похована там, – Сабо, очевидно арабське ім'я, можливо набатейське. Додаткова епітафія належить «Коснатану, сину Аммоя, сина Сесмая», і нарешті там також є «Бабас, син Коснатана, сина Аммоя, сина Сесмая». Отже, здається, що фінікієць Сесмай дав одному синові грецьке ім'я, другому – ідумейське, третьому – єгипетське, а дочці – арабське. Поруч лежить Деметрій, син Меербала (що фінікійською було б Магер-баал), син з грецьким іменем від батька-фінікійця». При цьому всі написи виконані грецькою мовою.

Цікаво, шо у шлюбному контракті арамейською мовою [9], знайденому в Мареші та датованому 176 роком до н.е., ім'я нареченого – qwsrm, син qwsyd, тоді як наречена – ʾrsnh (Арсіноя – грецьке ім'я, поширене в птолемеївському Єгипті), дочка qwsyd, сина qwsyhb. Кос – це ідумейський бог, який в епоху еллінізму іноді асоціювався з Аполлоном. Наречений та його батько мають «чисті» едомітські імена, але ім'я нареченої – грецьке, її батька – едомітське, а її діда – «едомітсько-арабське».

Дати поховань позначені відповідно до Селевкідського літочислення, починаючи з 196 р. до н.е. і до 119 р. до н.е. [24, с. 77].

Грецька мова широко використовувалася в повсякденному житті Мареші, про що свідчать грецькі написи на маленьких домашніх вівтарях [15, с. 89–146], остраконах і графіті [15, с. 89–146], астрагалах [15, с. 155–157], свинцевих снарядах для пращі [15, с. 151–153] та свинцевих гирях [15, сс. 159–163]. Поряд з цим, у великій кількості присутні також арамейські остракони [8], а документи в Мареші складалися арамейською [див. наприклад 9].

На стіні передпечери є поетичний напис з чотирьох рядків над зображенням Цербера і ще кілька написів та графіті, залишених тими, хто використовував печеру не за її прямим призначенням [18, с. 65].

Віршовий розмір напису можна визначити як ослаблений трохеїчний триметр, характерний для пізньої грецької комедії та низових комедійних жанрів. Текст поетичного напису у моєму еквіметричному перекладі:

Я не тямлю, чи з тобою буде біль чи буде щастя, / з іншим я валяюся, кохаючи тебе.

Але, їй же Афродіті, дуже тішуся що твій / як застава плащ лежить досі у мене.

Однак я поспішаю геть, а тобі залишила / багато простору, щоб ты зробив усе, що вирішиш.

Не стукай у стіну – від цього здійметься великий шум, / краще б ти тільки знак подав, кивнувши крізь двері.

Текст цього напису тлумачили по-різному [5; 10, с. 65; 11; 24, с. 57, та інші]. Більшість дослідників поділяють рядки напису на репліки чоловіка та жінки. Згідно з Крузіусом [5, с. 129], рядки 1, 2 і 4 виголошує жінка, а рядок 3 – чоловік. Макалістер [20, с. 56] вважав, що рядки 2 і 4 написані не в той самий час і іншою рукою, ніж рядки 1 і 3. Він пропонував розглядати текст як переписку між кількома особами, включаючи третього, невдоволеного написами на стіні:

A. Naught can I do for thee; I, another's, though loving thee dearly.

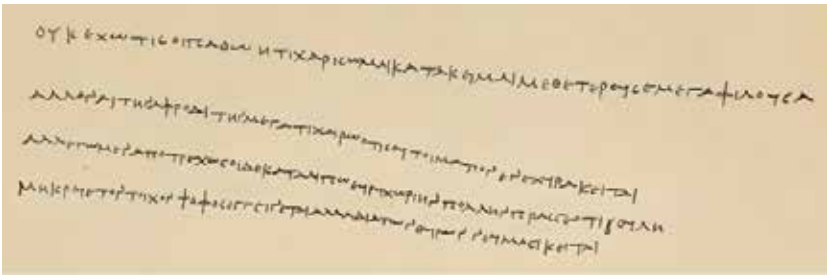


Рис. 2. Так званий «любовний напис» із Сидонської поховальної печери [24, Fig. 19, Inscription № 33]

B. Yet am I glad for this, that mine thy tiken remaineth.

A. Nevertheless, I am gone: thou are free, so do as thou willest.

C. Lest they hear thee, rap the wall no more: Nod at one another through the door.

В перекладі:

А. Нічого не можу для тебе зробити; я належу іншому, хоч і кохаю тебе щиро.
В. Проте я радію тому, що мій знак у тебе залишається.
А. Втім, я йду: ти вільний, тож роби, як забажаєш.
С. Щоб тебе не почули, більше не стукай у стіну: кивай одне одному через двері.

Однак на підставі ретельних прорисів, наведених у Петерса і Тірша, а також у самого Макалістера, не можна зробити висновок про наявність різних почерків. Незначні відмінності у формі кількох літер у різних рядках, як нам здається, можна пояснити незручністю письма на вертикальній оштукатуреній поверхні. Ми, слідом за Петерсом і Тіршем, вважаємо, що цей уривок є реплікою однієї особи. У тексті немає нічого, що вказувало б на наявність діалогу.

Перший публікатор напису, Лагранж [17, с. 502], припустив, що він пов'язаний з поховальним обрядом і являє собою ніби звернення померлої дружини до живого чоловіка. Петерс [10, с. 75] також вважав напис поховальним, проте припускав, що йдеться не про подружжя, а про коханців. Тірш [10, с. 57] бачив у вірші звернення гетери до її коханого. Макалістер [21, с. 323] за допомогою досить вільної реконструкції поєднує «романтичну» версію з «цвинтарною».

Версії про неформальну пару суперечить той факт, що йдеться про сімейну поховальну печеру. Як один із аргументів проти «цвинтарної» версії можна вказати на те, що напис знаходиться на стіні переднього приміщення печери, перед входом у власне поховальний зал, а не біля однієї з поховальних ніш, як того можна було б очікувати, якби він був присвячений покійній.

Більш правдоподібною видається точка зору інших дослідників, наприклад, Крьонерта [4, с. 438], згідно з якою цей вірш є не імпровізацією ad hoc, а вже існуючим текстом, записаним по пам'яті кимось, хто відвідав печеру заради таємного побачення, ймовірно, через запізнення того чи тієї, з ким цей відвідувач сподівався зустрітися.

Якщо розглядати текст як самостійний, він незрозумілий. Однак, на мою думку, цей текст є цитатою з втраченого твору, що належить до жанру мімійамбу [див. 5, с. 129] і зміст якого можливо реконструювати в дусі грецької драми елліністичної епохи: молодий чоловік домовляється з невільною дівчиною про викуп або викрадення і вони складають таємний план. Якщо так, напис може свідчити про високий рівень знайомства місцевого населення з літературою еллінізму [див. 12].

Поетичній напис та графіті свідчать про неодноразове відвідування печери тими, хто використовував її для своїх цілей, – ймовірно, як зручне приміщення для таємних побачень.

«Печера Аполлофана» примітна не лише написами з іменами похованих, що відображають етнічне розмаїття мешканців Мареши того часу, але й стінами, прикрашеними складними зображеннями сцен полювання, як це коментує напис, в Ефіопії, та тварин, справжніх і вигаданих, із їхніми назвами. Малюнки були нанесені на стіни на самому початку використання печери, оскільки написи над поховальними нішами, що відносяться до похованих там індивідуумів, частково нанесені поверх цих малюнків.

Розписи Сідонської поховальної печери детально обговорюються в книзі Ади Ерліх, присвяченій мистецтву Елліністичної Палестини [6, с. 62–77], а також у книзі Мейбума, присвяченій Нільській Палестринській мозаїці [22, с. 44–47], тому дозволимо собі лише невелике зауваження.

Як ми вже відзначили, всі написи виконані грецькою мовою. Грецькою мовою підписані також назви тварин, зображених на фризі головного приміщення печери. Це викликає запитання: якщо зображення тварин служили для прикраси печери, навіщо було додавати їхні назви?

Відповідь, імовірно, полягає в тому, що что ці зображення були скопійовані з втраченої елліністичної «енциклопедії» разом з написами.

В елліністичний період відбувався розквіт систематизації знань, особливо в Александрійській бібліотеці, де вчені систематизували та каталогізували знання. Каллімах Кіренський створив *Pinakes* («Таблиці») – каталог Александрійської бібліотеки, який вважається ранньою формою енциклопедії. Твори, зібрані в Александрійській бібліотеці і, вочевидь, широко поширені по всій тодішній ойкумені, мали тематичний характер, охоплюючи різні галузі знань: географію, історію, медицину, природознавство.

Компіляцією таких «енциклопедій», можливо, було відоме грецьке дидактичне сочинення «Фізіолог» [див. 25]. Можна помітити схожість між деякими зображеннями із

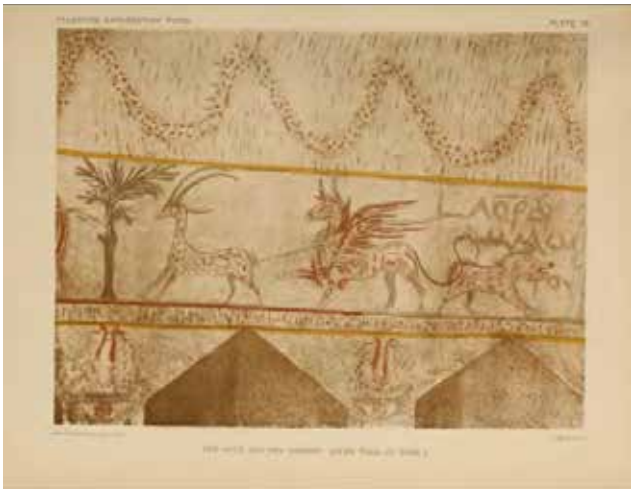


Рис. 3. Фрагмент розпису Сидонської поховальної печери з написом над поховальною нішею, частково поверх розпису [24, Plate IX]



Рис. 4. Фрагмент розпису Сидонської поховальної печери із назвою тварини і з написом над поховальною нішею [24, Plate VI]

Сідонської поховальної печери та ілюстраціями з набагато пізніших манускриптів «Фізіолога», наприклад, із «Бернського Фізіолога» (*Bern Physiologus*, Bern, Burgerbibliothek, Codex Bongarsianus 318), ілюстрованої копії латинського перекладу «Фізіолога» IX століття, а також із ілюстраціями середньовічних бестіаріїв, таких як Абердинський і Ешмолеанський бестіарії [див. 3; 13]. Мейбум зазначає, що, незважаючи на те, що збереглося мало ілюстрованих сувоїв, які відносяться до елліністичного періоду, існування таких сувоїв не можна заперечувати [див. обговорення в 22, с. 170–180; див. також 14, с. 25, і 23, pl. I]. Стилістичні паралелі із зображеннями тварин у Сидонській печері можна побачити також у візантійських сувоях [31, fig. 24; див. також 32].

Що стосується причин, які спонукали власників печери замовити не тільки малюнки, але й написи до них, то я вважаю, що малюнки з написами, якщо вони дійсно були, хоча б частково, скопійовані з певного елліністичного енциклопедичного твору, були покликані підкреслити культурний рівень та ступінь еллінізації сім'ї, яка володіла печерою.

Висновки. Незважаючи на збереження окремих етнічних елементів у культурі строкатого неєврейського населення Мареші в елліністичний період, основною і найбільш престижною культурою там була саме елліністична, тобто грецизована культура, належність до якої вважалася престижною і різними способами підкреслювалася. Приклади цього явища неодноразово розглядалися в історичній літературі [див. наприклад 30]. Унікальність Мареші полягає в тому, що на матеріалі з цього міста ми можемо розглядати як текстові, так і матеріальні та художні джерела, які про нього свідчать.

Список літератури:

1. Avi-Yonah M., Kloner A. Maresha (Marissa). In: E. Stern (ed.). *New Encyclopedia of Archaeological Excavations in te Holy Land* III. Jerusalem, 1993. C. 948-957.

2. Bliss F. J., R. A. S. Macalister, R. W. Wünsch. *Excavations in Palestine During the Years 1898–1900*. London, 1902.

3. Clark, Willene B. *A medieval book of beasts: the second-family bestiary: commentary, art, text and translation.* Woodbridge: Boydell. 2006.

4. Crönert W., Wünsch R. W. Das Lied von Marisa. *Rheinisches Museum für Philologie* 64, 1909. C. 433–448.

5. Crusius O. *Herondae mimiambi novis fragmentis adijectis.* Lipsiae, 1914 (Anonymus Marissaeus).

6. Erlich A. *The Art of Hellenistic Palestine*. BAR International Series 2010. Oxford, 2009.

7. Eshel E. The onomasticon of Maresha in the Persian and Hellenistic periods. *Judah and the Judeans in the Fourth Century BCE.* Winona Lake, 2007. C. 145–156.

8. Eshel E. Two Aramaic Ostraca from Maresha. *Library of Second Temple Studies*, vol. 65. 2007. C. 171.

9. Eshel E., Kloner A. An Aramaic Ostracon of an Edomite Marriage Contract from Maresha, Dated 176 CE. *Israel Exploration Journal*. 1996/1/1. С. 1–22.
10. Fuks G. *Scythopolis – A Greek City in Eretz-Israel.* Jerusalem, 1983.
11. Garrod H. W. Locrica. *Classical Review* 37, 1923. С. 161–162.
12. Geiger J. *Hellenism in the East: Studies on Greek Intellectuals in Palestine.* Franz Steiner Verlag, 2013.
13. Hourihane P. C. *Ashmole Bestiary*, *The Grove Encyclopedia of Medieval Art and Architecture*, Oxford University Press, 2012.
14. *Il papiro de Siracusa. Atti del I convegno internazionale 13 ottobre 1984.* Camera di Commercio Industria Artigianato di Siracusa, 1985.
15. Kloner A., Eshel E., Korzakova H. B., and Finkielsztejn G. (eds.). *Maresha Excavations. Final Report* III. Jerusalem, IAA, 2010.
16. Kloner A., Zissu B. The Subterranean Complexes of Maresha. An Urban Center from the Hellenistic Period in the Judean Foothills, Israel. *Opera Ipogea. Journal of Speleology in Artificial Cavities* 2, 2013. С. 45–62.
17. Lagrange M. J. Deux hypogées macédo-sidoniens à Beit-Djibrin, Palestine. *Comptes rendus des séances de l'Académie des Inscriptions et Belles-Lettres*, 46-5, 1902. С. 497–505.
18. Lamer H. Der Kalypso-Graffito in Marissa (Palästina). *Zeitschrift des Deutschen Palastina-Vereins* 54, 1931. С. 59–67.
19. Levin Y. *ARAM. Trade routes & seafaring in the Ancient Near East. The Idumeans and the Nabateans.* Vol. 27, 1 & 2. 2015.
20. Macalister R. A. S. The Erotic Graffito in the Tomb of Apollophanes of Marissa. *Palestine Exploration Foundation Quaterly Statement* 38/1, 1906. С. 54–62.
21. Macalister R. A. S. *A Century of Excavations in Palestine*. London, 1925.
22. Mayboom P. G. P. The Nile mosaic of Palestrina: early evidence of Egyptian religion in Italy. *Religions in Graeco-Roman World*, 131. Leiden, New York, Cologne: E.J. Brill, 1995.
23. Omlin J., Der Papyrus 55001 und seine satirisch-erotischen Zeichnungen und Inschriften, 1973.
24. Peters J. P., Thiersch H. Painted Tombs in the Necropolis of Marissa. London, 1905. (18)
25. Scarborough, John; Kazhdan, Alexander. "Physiologos". In Kazhdan, Alexander (ed.). 1991. *The Oxford Dictionary of Byzantium.* Oxford and New York: Oxford University Press. p. 1674. (19)
26. Stern I. "Ethnic Identities and Circumcised Phalli at Hellenistic Maresha". *Strata: Bulletin of the Anglo-Israel Archaeological Society*, vol. 30, 2012. С. 57–87.
27. Stern I. "Marisa: Introduction". In: Ameling W., et al., *Corpus Inscriptionum Iudaeae/Palaestinae*: Volume IV: *Iudaea/Idumaea* Part 1: 2649–3324. Berlin: de Gruyter, 2018. С. 933–943.
28. Stern I. Excavations at Maresha Subterranean Complex 169. Final report. Seasons 2000–1016. *Annual of the Nelson Glueck School of Biblical Archaeology* XI, 2019. (20)
29. Stern I., Korzakova H.B., Gera D., Finkielsztejn G., *The Excavations of Maresha Subterranean Complex 57 The 'Heliodorus' Cave*. *BAR International Series* 2652, 2014.
30. Stern M. *The History of Eretz Israel.* Vol. III. *The Hellenistic Period and the Hasmonean State (332–37 B.C.E.).* Keter, Jerusalem, Yad Ben Tzvi, 1981. Chapter 5. The Hellenization of the Land of Israel and the non-Jewish population. С. 70–96. (Hebrew) (21)
31. Tsamakda V. *A companion to Byzantine illustrated manuscripts.* Leiden, Netherlands; Boston, Massachusetts: Brill, 2017.
32. Weitzmann K. *Illustration in Roll and Codex.* Princeton: Princeton University Press, 1947.

Korzakova H. B. CULTURE OF THE NON-JEWISH POPULATION OF JUDEA IN THE HELLENISTIC PERIOD: A CASE STUDY OF THE 'SIDONIAN' BURIAL CAVE IN MARESHA

The article examines various textual and visual decorative elements of the Sidonian burial cave in the city of Maresha, Israel. Maresha, mentioned as a Jewish city in the Bible, was populated by Idumeans after the destruction of the First Temple and became the capital of Western Idumea. The Hasmonean king Hyrcanus I reconquered Marisa, and it remained under the rule of Judean kings until Pompey's campaign. In 57-55 BCE, the Roman governor of Syria, Gabinius, rebuilt the city, but in 40 BCE the Parthians destroyed it completely. Thanks to the fact that no one settled on the site of Maresha afterward, today it represents an extremely rich archaeological location.

In the Hellenistic period, the city began to be called Marisa and was settled by a wealthy community of Sidonians. The Sidonian burial cave belonged to the family of this community's leader, Apollophanes, who was also buried there.

The central inscription in the burial chamber declares: "Apollophanes son of Sesmaeus, head of the Sidonians in Maresha for thirty-three years, considered the best and most devoted to family among all his contemporaries, died at the age of seventy-four." Greek was widely used in everyday life in Maresha, as evidenced by Greek inscriptions on small household altars, ostraca and graffiti, astragali, lead sling bullets, and lead weights. Alongside these, Aramaic ostraca are also present in large numbers, and documents in Maresha were written in Aramaic.

The names of other buried individuals indicate contacts between the local community of Hellenized Phoenicians with Idumeans, Nabataean Arabs, and Egyptians. Burial dates are marked according to the Seleucid calendar, and graffiti indicate non-funerary use of the cave by Greek-speaking visitors. One such visitor left a poetic inscription in trochaic trimeter on the antechamber wall, which is likely a quotation from a literary work of the "lowbrow" genre – a mimiamb.

Drawings on the walls depict exotic animals and are labeled with the names of these animals in Greek, which is not characteristic of home decor. The article proposes a possible explanation for this phenomenon – the desire of the family who owned the cave to emphasize their Greek education.

Key words: *Maresha, Judea, Hellenistic period, Hellenization, non-Jewish population of Judea.*

ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО

УДК 81’25:81’373.46[811.161.2+811.531]
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/02

Аліменко О. С.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Тогобицька А. І.
Київський національний лінгвістичний університет

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКИХ ПОРІВНЯНЬ ІЗ ЗООНІМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ ПРИ СУБТИТРУВАННІ НА КОРЕЙСЬКУ МОВУ

Стаття присвячена дослідженню особливостям перекладу українських порівнянь із зоонімічним компонентом у межах аудіовізуального перекладу на корейську мову, зокрема під час створення субтитрів. Актуальність дослідження зумовлена зростанням інтересу до міжкультурної комунікації та необхідністю адекватного відтворення національно-культурних особливостей у процесі перекладу. Зоонімічні порівняння є важливою складовою українського мовного фольклору та художніх текстів, оскільки вони відображають ментальність народу, його цінності та уявлення про навколишній світ. Однак переклад таких конструкцій на корейську мову супроводжується низкою труднощів, зумовлених культурними відмінностями, мовною специфікою та прагматичними аспектами.

У роботі досліджено способи відтворення зоонімічних порівнянь у процесі субтитрування, виокремлено основні стратегії перекладу: буквальний переклад, адаптація, трансформація та опущення. Зокрема, акцент зроблено на випадках, коли буквальний переклад не забезпечує адекватного сприйняття порівнянь через культурні розбіжності, що потребує застосування прагматично орієнтованих стратегій.

Окрема увага приділяється впливу перекладацьких рішень на загальне сприйняття фільму корейськими глядачами, а також прагматичним функціям зоонімічних порівнянь у контексті сюжету та характеристик персонажів. Результати дослідження дозволяють зробити висновки, що ефективний переклад українських зоонімічних порівнянь у межах аудіовізуального перекладу потребує глибокого розуміння культурних контекстів обох мов, а також креативного підходу для збереження комунікативної функції оригіналу. Запропоновані у статті стратегії можуть стати корисними для перекладачів, які працюють у сфері аудіовізуального перекладу, зокрема під час створення субтитрів для фільмів із культурно маркованими елементами.

Ключові слова: *аудіовізуальний переклад, субтитрування, корейське перекладознавство, корейська мова, порівняння із зоонімічним компонентом.*

Постановка проблеми. Аудіовізуальний переклад відіграє важливу роль у міжкультурній комунікації, оскільки забезпечує передачу мовних елементів із національним колоритом, серед яких окреме місце займають порівняння із зоонімічним компонентом. Такі вирази не лише виконують комунікативну функцію, а й відображають культурні особливості, світогляд та систему цінностей народу.

Українські порівняння із зоонімічними компонентами мають глибокі корені у народній традиції, фольклорі та світоглядних уявленнях, формуючи яскраві метафоричні образи для характеристики людей, явищ чи ситуацій. Вони є важливою частиною мовної картини світу, яка збагачує висловлювання емоційністю та експресивністю. Однак під час перекладу таких порівнянь на корейську мову виникають труднощі, пов’язані з відмінностями у культурних асоціаціях, сприйнятті зоонімів та специфіці використання метафоричних конструкцій у двох мовах.

Відповідно, актуальність цього дослідження полягає у необхідності глибшого аналізу процесів передачі українських порівнянь із зоонімічними компонентами в межах аудіовізуального перекладу, зокрема, при субтитруванні. З огляду на складність цієї проблеми, важливо провести ґрунтовне дослідження, щоб визначити ефективні стратегії та засоби відтворення таких метафоричних конструкцій у корейському перекладі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема відтворення етномаркованих сталих виразів при перекладі привертала увагу багатьох науковців. Так, питання передачі паремій досліджували вітчизняні науковці, зокрема Лещенко Г. А. [4], Мітіна О. М., Швелідзе Л. Д. [7]. Аспекти аудіовізуального перекладу висвітлено роботах українських мовознавців, таких як Конкульовський В. В. [3], Перванчук Т. Б. [6]. Зоонімічна лексика стала предметом аналізу у працях Долбіної К. Д. [1], Дубравської З. Р. [2], Луценко Є. Ю. [5], Талько С. В. [8] та інших.

Однак проблема перекладу українських порівнянь із зоонімічним компонентом на корейську мову, зокрема в контексті аудіовізуального перекладу, залишається недостатньо вивченою. Це створює потребу в комплексному дослідженні механізмів адаптації таких мовних конструкцій для корейськомовної аудиторії, враховуючи культурні, лінгвістичні та прагматичні особливості двох мовних середовищ.

Постановка завдання. Метою статті є висвітлення особливостей відтворення українських порівнянь із зоонімічним компонентом засобами цільової мови при створенні корейських субтитрів до українських фільмів.

Завдання:

– проаналізувати специфіку українських порівнянь із компонентом-зоонімом та їхню функцію в комунікативному акті.

– дослідити основні стратегії перекладу порівняльних конструкцій із зоонімічним компонентом у межах аудіовізуального перекладу.

– визначити особливості адаптації цих порівнянь у корейській мові з урахуванням культурних та мовних відмінностей.

– оцінити функціональність перекладених порівняльних конструкцій у субтитрах до художнього фільму та їхній вплив на сприйняття картини корейськомовними глядачами.

– сформулювати рекомендації щодо ефективного відтворення українських порівнянь із зоонімічним компонентом у корейському субтитровому перекладі.

Матеріалом дослідження є український художній фільм «Легенда Карпат» (2017) та його офіційні корейські субтитри, підготовлені для показу в кінотеатрах Південної Кореї.

Виклад основного матеріалу. Субтитрування є одним різновидом аудіовізуального перекладу, який забезпечує передавання змісту фільму шляхом виведення текстових реплік на екран. Такий формат дозволяє глядачам зрозуміти зміст без внесення змін до оригінальної звукової доріжки, і є одним із найпоширеніших видів перекладу для міжнародних аудиторій.

У нашому дослідженні ми зосередимося на особливостях відтворення українських порівнянь із зоонімічним компонентом на корейську мову у процесі субтитрування, оскільки саме цей вид перекладу найчастіше використовується у південнокорейському кінопрокаті.

Прямі і приховані порівняння із зоонімічним компонентом є важливою частиною української мовної картини світу, оскільки вони відображають культурні традиції, народні уявлення та асоціації, пов'язані з тваринами. Такі вирази надають мові експресивності, створюють яскраві метафоричні образи та допомагають передати емоційний настрій висловлювань. Утім, під час перекладу цих конструкцій на корейську мову виникають труднощі, зумовлені різницею у культурних асоціаціях, використанні метафоричних образів і сприйнятті зоонімів у двох мовах.

Субтитрування має свої вимоги щодо розташування, довжини, кількості рядків, синхронності з мовленням та оформлення тексту. Обмеження у довжині рядків (не більше двох рядків і до 40 символів на рядок) впливають на можливість точного передавання складних образних конструкцій, таких як порівняння із зоонімічним компонентом. Час появи субтитрів також має бути синхронізованим із репліками персонажів, забезпечуючи природність сприйняття.

Переклад порівнянь із зоонімічним компонентом у субтитрах є складним завданням через їхню високу образність та культурну специфіку. Такі вирази часто не мають прямих еквівалентів у корейській мові, що вимагає від перекладача застосування адаптаційних стратегій. Наприклад, замість буквального перекладу можна використовувати функціональні відповідники або створювати аналогічні образи, які будуть зрозумілі корейським глядачам. Однак важливо уникати надмірного спрощення, яке може призвести до втрати глибини вислову та змінити емоційний ефект репліки.

Особливої уваги вимагає збереження прагматичної функції порівнянь. В українській мові зоонімічні порівняння часто виконують роль емоційних акцентів, характеризуючи персонажів або підкреслюючи атмосферу сцени. Під час перекладу важливо передати ці функції, навіть якщо образ доводиться адаптувати або змінювати.

Для аналізу застосування перекладацьких стратегій ми розглянемо приклади з українського художнього фільму «Легенда Карпат» (2017) та його офіційних корейських субтитрів. Цей фільм містить велику кількість порівнянь із зоонімічним компонентом. Такі вислови допомагають передати культурний колорит епохи та створити автентичну атмосферу.

У ході дослідження ми проаналізуємо основні способи перекладу українських зоонімічних порівнянь у корейських субтитрах, визначимо, які з них є найбільш ефективними для збереження семантики та стилістики оригіналу, а також розглянемо труднощі, з якими стикаються перекладачі. Особливу увагу буде приділено тому, як адаптація таких виразів впливає на сприйняття фільму корейською аудиторією та наскільки вдало передано культурні особливості українського контексту.

Однією з характерних особливостей української етнокультури є використання прямих і прихованих порівнянь із зоонімічними компонентами у повсякденних діалогах.

Детальніше розглянемо специфіку їхнього відтворення в корейській мові під час субтитрування, перш за все, шляхом аналізу конструкцій зі сполучником *як*, напр.:

– *Пропав ти, Степане, як пес з тої ярмарки*.

– 스테판 테체 어디 갔었어?

Оригінальна репліка використовується в діалозі як фатичний вираз, що слугує засобом підтримання комунікації між співрозмовниками. Вона передає значення «Давно не бачилися» або «Тебе давно не було видно», акцентуючи увагу на тривалій відсутності адресата. Використання порівняльної конструкції із зоонімічним компонентом *пес* надає фразі додаткової експресивності.

Під час перекладу порівняльна конструкція повністю опускається, що зумовлено відмінностями у функціонуванні образних висловів в українській та корейській мовах. У перекладі збережено лише звертання у формі третьої особи, що є типовим для корейського мовного етикету, адже така форма звертання звучить більш нейтрально та природно для корейськомовного глядача. Водночас решта вислову трансформується у комунікативно-прагматичний аналог із елементами адаптації, який передає загальний зміст репліки без відтворення її фразеологічної структури, а також зберігає її фатичне навантаження.

Аналогічний підхід застосовується під час перекладу іншої порівняльної конструкції:

– Що ти крутиш нами, як конями.

– 갈팡질팡하지 말고 결정을 내려.

У зазначеній вище репліці використано образну порівняльну конструкцію із зоонімом *кінь,* яка підсилює експресивність вислову. Фраза виконує фатичну функцію підтримання комунікації та має на меті висловити невдоволення діями співрозмовника, акцентуючи увагу на його нерішучості або спробах маніпулювати іншими. Умовно ця репліка може бути інтерпретована як «Що ти морочиш нам голову» або «Визначся вже зі своїм рішенням».

У корейському перекладі, який дослівно означає «Не вагайся і прийми рішення», відтворення також здійснено за допомогою комунікативно-прагматичного аналогу, що забезпечує адекватну передачу змісту без дослівного перекладу. У цьому випадку відбувається свідоме опущення всієї конструкції, з метою уникнення неприродності для корейського мовного середовища.

Замість цього перекладач зосереджується на передачі прагматичної функції репліки – висловити докір за нерішучість і спонукати співрозмовника до прийняття рішення. Використана корейська фраза є типовим прикладом прямого та лаконічного виразу, який відповідає нормам корейського етикету та підходить для субтитрування, де важливо уникати перевантаження тексту.

Такий підхід до перекладу дозволяє зберегти комунікативний намір оригінальної репліки, навіть попри втрату мовного колориту та метафорики. Завдяки цьому адаптація залишається зрозумілою для корейської аудиторії, забезпечуючи ефективну міжкультурну комунікацію.

Розглянемо ще один приклад використання порівняльної конструкції із зоонімічним компонентом, що має іншу синтаксичну структуру, напр.:

– Ах ти ж хробак верткий.

– 꿀틀대는 벌레같군.

У цьому вислові використано експресивну метафору з компонентом-зоонімом хробак, доповненим епітетом верткий, для передачі подиву та позитивної оцінки фізичної спритності людини. Ця інтерпретація стає зрозумілою не стільки з контексту діалогу, скільки за рахунок візуаль-

ного ряду, що супроводжує репліку. Саме цей екстралінгвальний чинник дозволяє застосувати частково еквівалентний переклад, зберігаючи прагматичний ефект вислову.

Ми бачимо, що українське хробак відтворено через корейський відповідник 벌레, що також викликає образ маленької спритної істоти. Цей елемент зберігає ключову метафоричну основу вислову.

Епітет верткий у перекладі виражено дієприкметником 꿀틀대는, що буквально означає «той, що крутиться, звивається» через відсутність у корейській мові прикметника із відповідним лексичним значенням.

Також, щоб зберегти функцію порівняння, у корейському варіанті додано грамему –같다 «схожий на …», яка вказує на подібність між людиною та хробаком у контексті спритності рухів.

Використання емоційного закінчення –군 підсилює експресивність вислову, виражаючи подив або захоплення діями співрозмовника. Це відповідає прагматичній функції оригіналу – висловити здивування з позитивним підтекстом.

Таким чином, переклад наведеної репліки не лише зберігає ключові семантичні елементи оригіналу, але й адекватно передає емоційний та прагматичний зміст, орієнтуючись на культурні особливості мови-реципієнта.

Наступний діалог містить два метафоричних вислови із прихованим порівнянням. Проаналізуємо їх детальніше, напр.:

– Дізнався я про тих коло церкви. То велике цабе. Перший, пан Пшелуцький, на всі чтиро копита підкований. Другий, помічник його миколинецький отаман Семанишин, – ще та зміюка.

– 아까 그놈들에 대해 알아봤는데 / 꽤 거물이야. 첫 놈은 프쉘 / 쉬운 상대가 아냐 / 또 한 명은 그의 심복 세마니쉰 수장 / 야비한 놈이지.

Перший вираз *на всі чотири копита підкований* містить зоонімічний компонент *копита,* який асоціюється з конем, утворюючи метафоричний вираз. Цей образ підкреслює кмітливість, обізнаність та здатність людини майстерно виходити зі складних ситуацій, подібно до добре підкованого коня, готового до будь-яких випробувань.

У корейському перекладі цей вислів трансформовано в прагматичний аналог 쉬운 상대가 아냐, що буквально означає «це непростий супротивник». Хоча метафорика оригіналу втрачається, переклад зберігає основне смислове навантаження – підкреслення досвідченості та хитрості персонажа. Такий підхід забезпечує адекватне сприйняття репліки носіями корейської мови, акцентуючи увагу на прагматичній функції вислову, а не на буквальному образі.

Друге порівняння *ще та зміюка* містить метафоричний вислів із зоонімом *змія,* який символізує підступність, хитрість та небезпеку. Такий образ в українській мові часто використовується для характеристики людини, яка діє нечесно або має приховані наміри. У корейському перекладі цей вислів було передано як 야비한 놈이지, що означає «підступний тип». Хоча зоонімічний компонент втрачається, перекладач і в цьому випадку акцентує увагу на прагматичному значенні вислову – характеристиці негативних рис людини.

Таким чином, обидві репліки були відтворені шляхом комунікативно-прагматичного перекладу, що дозволяє зберегти загальну інтенцію оригіналу – передати ставлення мовця до персонажів, підкреслюючи їхні риси характеру. При цьому образна складова частково втрачається, але компенсується адекватним відтворенням емоційно-експресивного забарвлення реплік.

Наведемо ще один приклад сталого виразу із прихованим порівнянням, який має у своєму складі зоонімічний компонент *звір*:

– Ще не на такого звіра полювали.

– 놈들이 정예부대도 아니잖아.

У цьому випадку представлено метафоричний вислів, де лексема *звір* використовується для створення образу небезпечного або сильного супротивника.

Ця фраза підкреслює впевненість мовця у власних силах та досвіді, демонструючи готовність до подолання складних завдань чи протистояння небезпечному ворогу. Вона передає ставлення героя, для якого навіть грізний супротивник не становить значної загрози.

У корейському перекладі 놈들이 정예부대도 아니잖아**,** що буквально означає «Вони ж навіть не елітний загін» використано прагматичний аналог, який не зберігає метафоричного образу *звір,* але передає основний зміст вислову – недооцінку супротивника. Замість алегоричного порівняння переклад подає пряме твердження, яке звучить природно для корейської аудиторії.

Такий підхід дозволяє уникнути культурно чужих образів, зберігаючи при цьому емоційне забарвлення та прагматичну функцію оригіналу – висловити зневагу та впевненість. Переклад залишається зрозумілим цільовій аудиторії, доносячи той самий зміст у більш адаптованій формі.

Висновки. Дослідження особливостей перекладу українських порівнянь із зоонімічним компонентом у межах аудіовізуального перекладу,

зокрема субтитрування на корейську мову, дозволило виявити кілька важливих аспектів. Українські порівняння із зоонімічними компонентами є глибоко вкоріненими у народній традиції та світогляді, що створює складнощі під час їх перекладу на корейську мову через відмінності у культурних асоціаціях і сприйнятті зоонімів. Для подолання цих труднощів перекладачі часто застосовують комунікативно-прагматичні аналоги, які дозволяють зберегти зміст та емоційне навантаження оригіналу, навіть за умови втрати метафоричності. Такий підхід забезпечує зрозумілість для корейськомовної аудиторії та сприяє ефективній міжкультурній комунікації.

У процесі субтитрування перекладачі орієнтуються насамперед на передачу прагматичної функції вислову, що дозволяє відтворити комунікативний намір оригіналу, навіть якщо доводиться відмовлятися від прямого перекладу метафоричних конструкцій. Однак формат субтитрів накладає певні обмеження на обсяг тексту та час його відображення на екрані, що змушує перекладачів спрощувати або опускати окремі елементи оригіналу, зокрема складні метафоричні образи, задля забезпечення зручності сприйняття глядачами.

Аналіз поданого матеріалу засвідчив, що перекладачам загалом вдалося зберегти прагматичну функцію та емоційне забарвлення оригінальних реплік, хоча у більшості випадків відбувалася втрата етнокультурного колориту.

Перспективи подальших досліджень полягають у розробці універсальних стратегій перекладу етнокультурно маркованих одиниць для аудіовізуального контенту, що дозволить покращити якість міжкультурної комунікації та забезпечити точніше відтворення мовного й культурного колориту оригіналу.

Список літератури:

1. Долбіна К.Д. Когнітивні аспекти функціонування зоонімних пропріальних одиниць : дис. … канд. філ. наук : 10.02.15. Одеса, 2014. 181 с.

2. Дубравська З.Р. Зооніми як окремі лексичні одиниці та як компоненти сталих виразів. *Young Scientist*. 2018. Вип. 3.1. С. 51–54.

3. Конкульовський В.В., Возник Н. Субтитрування як один з видів аудіовізуального перекладу. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки.* 2020. Вип. 187. С. 634–640.

4. Лещенко Г.А. Особливості відтворення українських паремій мовою перекладу. *Нова філологія* : збірник наукових праць. 2013. № 57. С. 183–186.

5. Луценко Є.Ю. Лінгвокультурні особливості порівнянь із компонентом-зоонімом у корейській мові: комунікативно-прагматичний аспект : дипломна робота магістра з філології. Київ, 2019. 82 с.

6. Перванчук Т.Б. Аудіовізуальний переклад: основні види і особливості. *Вчені Записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. *Серія «Філологія. Журналістика».* 2021. Т. 32. № 4. С. 121–126.

7. Мітіна О.М., Швелідзе Л.Д. Проблеми перекладу українських прецедентних текстів англійською мовою. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Лінгвістика. 2019. Вип. 35. С. 51–156.

8. Талько С.В. Лінгвоаксіологічна семантика антропоцентричних метафор та порівнянь в українській і англійській мовах : дис. … канд. філол. наук: 10.02.17. Київ, 2009. 198 с.

Alimenko O. S., Tohobytska A. I. TRANSLATION PECULIARITIES OF UKRAINIAN SIMILES WITH ZOONYMIC COMPONENTS IN SUBTITLING INTO KOREAN LANGUAGE

The article explores the translation peculiarities of Ukrainian similes with zoonymic components within audiovisual translation into Korean, specifically during the creation of subtitles. The study's relevance stems from the increasing interest in intercultural communication and the need for an adequate representation of national and cultural specificities in the translation process. Zoonymic similes are an important element of Ukrainian linguistic folklore and literary texts, reflecting the mentality of the people, their values, and their understanding of the world. However, translating such constructions into Korean is accompanied by several difficulties due to cultural differences, linguistic specifics, and pragmatic aspects.

The paper investigates methods of rendering zoonymic similes in the subtitling process, highlighting the main translation strategies: literal translation, adaptation, transformation, and omission. In particular, the emphasis is placed on cases where a literal translation does not ensure an adequate perception of similes due to cultural discrepancies, requiring the application of pragmatically-oriented strategies.

Special attention is paid to the impact of translation decisions on the overall perception of the film by Korean viewers, as well as the pragmatic functions of zoonymic similes in the context of the plot and character traits. The research results allow us to conclude that an effective translation of Ukrainian zoonymic similes in audiovisual translation requires a deep understanding of the cultural contexts of both languages, as well as a creative approach to preserving the communicative function of the original. The strategies proposed in the article can be useful for translators working in the field of audiovisual translation, particularly when creating subtitles for films with culturally marked elements.

Key words: *Audiovisual translation, subtitling, Korean translation studies, Korean language, simile with a zoonymic component.*

УДК 821.161.2
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/03

Білічак О. І.
Івано-Франківський національний медичний університет

СТРАТЕГІЇ ПЕРЕДАЧІ ЗНАЧЕНЬ MUCH І MANY У ПЕРЕКЛАДАЦЬКІЙ ПРАКТИЦІ: РОМАН ДЖ. РОУЛІНГ «ГАРРІ ПОТТЕР І СМЕРТЕЛЬНІ РЕЛІКВІЇ»

У статті розглянуто основні приклади стратегії адаптації в перекладі слів much і many в романі Дж. Роулінг «Гаррі Поттер і смертельні реліквії», продемонстровано різні способи, якими перекладач може модифікувати оригінальний текст, щоб зберегти його значення, стиль і емоційний контекст для українського читача. Наведено кілька ключових стратегій адаптації, які можуть бути використані у цьому процесі. У статі визначено основні стратегії перекладу. Визначено, що основною проблемою при перекладі цих слів є різниця в граматичних категоріях і способах вираження кількісності в англійській та українській мовах. В англійській мові much і many виконують специфічну роль у розрізненні зліченних і незліченних іменників, тоді як в українській мові цей поділ менш жорсткий, і часто одне й те саме слово може використовуватися для обох типів іменників. Перекладач має бути чутливим до нюансів, щоб забезпечити точність та природність тексту, зберігаючи при цьому глибину і багатство оригіналу. Цей процес підкреслює важливість творчості у перекладі та необхідність врахування всіх аспектів, які можуть вплинути на сприйняття читачем. Проблема перекладу слів much і many в різних контекстах у романі Дж. Роулінг «Гаррі Поттер і смертельні реліквії» полягає у тому, що ці слова мають різні значення залежно від контексту, а українська мова не завжди пропонує прямі еквіваленти для їхнього точного відтворення. Перекладач стикається з різними труднощами, пов'язаними з передачею кількісних понять, стилістичних особливостей, а також емоційних і образних відтінків, які є важливими для повного розуміння тексту. Колокації зі словами much і many є невід'ємною частиною лексичного багатства роману, відображаючи не лише кількісні характеристики, але й глибокі емоційні та тематичні елементи, які є ключовими для розуміння твору в цілому.

Ключові слова: *стратегії перекладу, адаптація, пояснення, колокації, відтінки, відмінності.*

Постановка проблеми. Специфіка перекладу слів *much* і *many* українською мовою в романі Дж. К. Роулінг «Гаррі Поттер і смертельні реліквії» відображає складність адаптації англійських кількісних визначників до української мови. Основною проблемою при перекладі цих слів є різниця в граматичних категоріях і способах вираження кількісності в англійській та українській мовах. В англійській мові *much* і *many* виконують специфічну роль у розрізненні зліченних і незліченних іменників, тоді як в українській мові цей поділ менш жорсткий, і часто одне й те саме слово може використовуватися для обох типів іменників.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню цих слів приділяли багато уваги в лінгвістиці протягом XX сторіччя. Вони формують частину площини прислівників більшості мов; їхнє значення та використання зумовлені прагматичними чинниками. Значний інтерес до цієї наукової ділянки вчення зумовлений декількома причинами. По-перше, квантифікатори є дуже різнобічними у використанні; по-друге, вони безпосередньо пов'язані з особистими емоціями; по-третє, вони перебувають у будь-якій позиції в реченні та модифікують будь-яке слово чи вираз; по-четверте, більшість із них виявляють тенденцію до утворення сталих словосполучень і сталих виразів. За А. Вермером, до всіх цих аргументів можемо додати ще й те, що підсилювальні частки містять значний обсяг лексичних одиниць, сполучень та утворюють відкритий клас квантифікаторів. Більшість підсилювальних одиниць не є сталою у використанні під час розвитку мови. А. Партінгтон, наприклад, ілюструє конкретними прикладами те, як ці слова, які початково виражали модальне значення, поступово стали інтенсифікаторами.

Постановка завдання. Метою статті є розкрити основні приклади стратегій адаптації в перекладі слів much і many в романі Дж. Роулінг «Гаррі

Поттер і смертельні реліквії», продемонструвати різні способи, якими перекладач може модифікувати оригінальний текст, щоб зберегти його значення, стиль і емоційний контекст для українського читача.

Виклад основного матеріалу. Слово *much* в англійській мові використовується для позначення невизначеної кількості з незліченними іменниками. Наприклад, *much* може супроводжувати такі абстрактні поняття, як «сила» (*strength*), «магія» (*magic*), «біль» (*pain*), «час» (*time*). Українська мова не має чіткої відповідності між злічennими і незліченними іменниками, тому при перекладі *much* часто перетворюється на слово «багато», що є універсальним перекладом для кількості. Однак існують випадки, коли потрібні інші перекладацькі рішення, щоб зберегти стилістичну і емоційну вагу оригіналу [1, с. 89–110].

Прикладом можуть бути фрази на зразок «*too much magic*», яка перекладається як «забагато магії». У цьому контексті слово «забагато» підкреслює надмірність і певну загрозу, пов'язану з магією. Такий переклад відображає не лише кількісну характеристику, але й емоційне забарвлення. У фразі «*not much time left*» український переклад може бути «мало часу залишилося», де слово «мало» передає обмеженість і терміновість ситуації. Інші варіанти можуть включати «майже не залишилося часу», залежно від стилістичного рішення перекладача.

Важливо зауважити, що в деяких випадках перекладач може відмовитися від дослівного перекладу *much* на користь інших конструкцій. Наприклад, у реченні «*there was too much to bear*» («було занадто багато, щоб витримати») замість слова «багато» перекладач може використати вираз «надто важко витримати», щоб зберегти емоційний тягар, закладений в оригіналі.

Слово *much* в англійській мові зазвичай використовується для позначення великої кількості незлічуваних іменників, що робить його важливим елементом у тексті роману Дж. Роулінг «Гаррі Поттер і смертельні реліквії». У перекладі на українську мову, адаптація цього слова потребує уваги до контексту та граматичних особливостей [2, с. 77–101].

По-перше, у романі слово *much* часто вживається у фразах, що передають не лише кількісну, але й емоційну чи смислову навантаженість. Наприклад, фрази на кшталт *much time*, *much trouble*, *much love* підкреслюють не тільки кількість, але й важливість того, про що йдеться. При перекладі на українську мову важливо зберегти цю нюансованість. Наприклад, *much trouble* може бути переведено як *багато проблем*, але для передачі емоційного відтінку можна вжити фразу *чимало труднощів*, що надає певної глибини і відтінку значущості.

Контекстуальність слова *much* також виявляється у тому, як воно поєднується з іншими елементами речення. Важливо враховувати, з якими іменниками чи дієсловами вживається це слово, оскільки це може вплинути на переклад. Наприклад, в реченні *He didn't have much time to prepare* його можна перекласти як *У нього не було багато часу на підготовку*. Однак, щоб надати реченню більшої емоційної виразності, перекладач може вирішити використати альтернативу: *Він не мав достатньо часу на підготовку*. Це рішення акцентує увагу на браку часу, що є суттєвим для контексту .

Ще одним важливим аспектом є вживання *much* у запитаннях і запереченнях. У реченнях на кшталт *Do you have much information?* переклад може бути *Чи маєш багато інформації?*, де слово *багато* точно передає значення оригіналу. Водночас, у запереченнях, таких як *I don't think there's much we can do*, переклад може бути *Я не думаю, що ми можемо зробити багато*, де слово *багато* залишається адекватним для передачі суті.

Контекстуальність слова *much* може варіюватися також в залежності від теми або емоційного тону сцени. Наприклад, у моменті, коли персонажі стикаються з труднощами або втратами, використання *much* може підкреслити тяжкість ситуації. В такому випадку, перекладач може обрати більш експресивні синоніми або фрази, щоб підкреслити глибину емоцій, наприклад, замість простого *багато*, використати *велику кількість* або *значний обсяг*.

Крім того, важливо враховувати культурний контекст. Слово *much* може використовуватися в фразах, які мають специфічні культурні конотації. Наприклад, *much fun* може бути переведено як *дуже весело*, однак у деяких випадках може бути більш природно вжити *досить весело*, щоб краще передати емоційний стан персонажів [3, с. 45–68].

Адаптація слова *much* до української мови може також включати використання фраз, що містять додаткові деталі, які не завжди присутні в англійському варіанті. Наприклад, речення *There isn't much magic left* можна перевести як *Магії залишилося зовсім небагато*, що додає значення та нюанс, зберігаючи при цьому основну ідею оригіналу.

На завершення, слово *much* у романі «Гаррі Поттер і смертельні реліквії» має багатогранне

значення, і його адаптація вимагає уважного підходу до контексту, емоційного тону та культурних аспектів. Перекладач має бути чутливим до нюансів, щоб забезпечити точність та природність тексту, зберігаючи при цьому глибину і багатство оригіналу. Цей процес підкреслює важливість творчості у перекладі та необхідність врахування всіх аспектів, які можуть вплинути на сприйняття читачем.

2. Слово *many*: адаптація до української граматики

Слово *many* в англійській мові є ключовим елементом для вираження кількості і вживається з злічуваними іменниками. У процесі перекладу та адаптації до української мови важливо враховувати як граматичні, так і стилістичні особливості, що може суттєво вплинути на точність і природність перекладу.

По-перше, в українській мові слово *many* зазвичай перекладається як *багато*, що є його прямим відповідником. Однак це може створювати певні труднощі в контексті граматичної структури речення, оскільки в українській мові необхідно враховувати рід, число та відмінок іменників, з якими воно вживається. Наприклад, фраза *many books* у перекладі на українську буде *багато книг*, де слово *книг* стоїть у родовому відмінку, що є необхідним для збереження граматичної правильності [4, с. 12–28].

Додатково, використання слова *many* в англійських реченнях може бути частіше емоційно забарвленим, що не завжди легко передати в українській мові. Для збереження емоційного контексту, перекладач може використовувати додаткові елементи або синоніми, які підкреслюють кількість. Наприклад, фраза *There are many challenges ahead* може бути перекладена як *Попереду багато випробувань*, де слово *багато* не тільки передає кількість, але й вказує на складність ситуації.

Ще одна особливість адаптації слова *many* до української граматики полягає в зміні структури речення. У деяких випадках, для кращого звучання та природності, перекладач може переформулювати речення. Наприклад, англійська конструкція *Many people think that...* може бути адаптована до української як *Багато людей вважає, що...*, де структура підлаштовується під звичайний порядок слів української мови.

Крім того, важливо враховувати контекст, у якому вживається слово *many*. У романі «Гаррі Поттер і смертельні реліквії» персонажі можуть використовувати *many* в різних ситуаціях, і перекладач повинен враховувати не лише граматичні особливості, але й емоційний фон, що супроводжує це слово. Наприклад, коли персонаж говорить про *many friends*, це може підкреслити соціальну важливість дружби, тоді як у випадку *many problems* – вказати на тягар і труднощі [5, с. 15–39].

Також варто зазначити, що в українській мові є багато варіантів вираження ідеї «багато», залежно від контексту. Це може бути *досить*, *значна кількість*, *велика кількість* тощо. Такі варіанти можуть бути використані для додання більшої нюансованості та специфіки перекладу.

Важливо також враховувати, що вживання слова *many* в англійській мові може бути пов'язане з певними колокаціями, які в українській можуть звучати по-іншому. Наприклад, колокація *many thanks* перекладається як *велике спасибі*, що є неформальним, але поширеним способом вираження вдячності, і може мати іншу емоційну забарвленість у залежності від контексту [6, с. 48–62].

В цілому, адаптація слова *many* до української граматики вимагає ретельного підходу, що охоплює граматичні, стилістичні та емоційні аспекти. Перекладач має бути уважним до контексту, щоб зберегти не лише точність перекладу, але й передачу авторського стилю, емоційного фону та соціокультурного значення, які є важливими для розуміння твору. Це підкреслює важливість творчості та гнучкості в процесі перекладу, що дозволяє створити природний та автентичний текст для українського читача.

Many в англійській мові використовується з злічленними іменниками для позначення великої кількості об'єктів, осіб або подій. В українській мові це слово переважно перекладається як «багато», але в деяких випадках використовуються інші варіанти, такі як «численні» або «велика кількість», щоб підкреслити специфічні стилістичні аспекти. Наприклад, у фразі «*many friends*» перекладач може використати стандартний варіант «багато друзів», проте в більш урочистому або піднесеному стилі можливий варіант «численні друзі» [7, с. 33–51].

Важливим моментом є те, що в українському перекладі іноді немає потреби розрізняти кількість за типом іменників, як це робить англійська. Наприклад, «*many people*» і «*much happiness*» в англійській вимагають різних кількісних слів (*many* для злічених і *much* для незліченних). В українському перекладі обидві ці фрази можуть бути передані як «багато людей» і «багато щастя», що значно спрощує конструкцію, але може втратити частину семантичного відтінку оригіналу.

3. Колокації зі словами *much* і *many* в романі

Дуже важливо звернути увагу на колокації (типові словосполучення) зі словами *much* і *many*, оскільки переклад цих словосполучень потребує особливого підходу. Наприклад, в романі можуть зустрічатися такі фрази, як «*too many enemies*» або «*so much fear*». У першому випадку переклад може звучати як «занадто багато ворогів» або «надто багато ворогів», тоді як другий приклад може бути перекладений як «стільки страху» або «надто багато страху» [8, с. 83–107].

У цих прикладах важливо не лише передати кількісну характеристику, а й зберегти емоційний і стилістичний контекст. Фрази на зразок «*too many to count*» можуть бути перекладені як «надто багато, щоб порахувати» або «стільки, що не злічити». Ці варіанти перекладу демонструють гнучкість перекладача у виборі між точністю та адаптацією до природної української мовної форми.

Колокації зі словами *much* і *many* у романі Дж. Роулінг «Гаррі Поттер і смертельні реліквії» є важливим аспектом, який демонструє, як ці слова використовуються у контексті та які значення вони набувають завдяки поєднанню з іншими лексемами.

По-перше, розглянемо колокації з *much*. Це слово вживається з незлічуваними іменниками і часто вказує на кількість, величину або інтенсивність. У романі можна зустріти такі фрази, як:

- **much time** – вказує на велику кількість часу, що підкреслює важливість або обмеження, пов'язані з часом.
- **much love** – вживається для вираження емоційної глибини, демонструючи, як персонажі відчувають і виявляють свою любов.
- **much effort** – використовується для підкреслення зусиль, які докладаються персонажами в певних ситуаціях, що може відображати їхню рішучість або намагання.
- **much trouble** – вказує на велику кількість проблем або ускладнень, що можуть виникати в ході подій.

Ці колокації допомагають не лише в передачі кількісної інформації, але й створюють емоційний контекст, що додає глибини до сприйняття ситуацій [9, с. 91–118].

Що стосується колокацій з *many*, це слово вживається зі злічуваними іменниками. У романі можна знайти такі приклади:

- **many friends** – підкреслює кількість друзів, що може вказувати на соціальні зв'язки персонажів, особливо важливі для розвитку сюжету.
- **many challenges** – вказує на численні труднощі, з якими стикаються герої, що відображає їхній шлях і розвиток.
- **many times** – використовується для позначення частоти подій, що може свідчити про повторюваність чи важливість певних ситуацій у сюжеті.
- **many secrets** – вказує на велику кількість таємниць, що часто є ключовими елементами сюжету, підкреслюючи інтриги та несподіванки.

Колокації з *much* і *many* відіграють важливу роль у формуванні змісту та атмосфери роману. Вони не лише виконують граматичну функцію, але й надають тексту емоційного забарвлення, допомагаючи читачеві глибше відчути стан персонажів та напруженість подій. Використання цих колокацій може суттєво вплинути на сприйняття читача, оскільки вони формують уявлення про масштаб ситуацій і емоційний фон, на якому розгортаються події.

Таким чином, колокації зі словами *much* і *many* є невід'ємною частиною лексичного багатства роману, відображаючи не лише кількісні характеристики, але й глибокі емоційні та тематичні елементи, які є ключовими для розуміння твору в цілому.

Проблема перекладу слів *much* і *many* в різних контекстах у романі Дж. Роулінг «Гаррі Поттер і смертельні реліквії» полягає у тому, що ці слова мають різні значення залежно від контексту, а українська мова не завжди пропонує прямі еквіваленти для їхнього точного відтворення. Перекладач стикається з різними труднощами, пов'язаними з передачею кількісних понять, стилістичних особливостей, а також емоційних і образних відтінків, які є важливими для повного розуміння тексту [10, с. 11–29].

У наративних частинах роману, де *much* і *many* використовуються для опису кількості або масштабів подій, предметів чи явищ, перекладач має чітко передати обсяг інформації, яку ці слова несуть. Наприклад, у реченні «There's much to be done», дослівний переклад «Тут багато що треба зробити» не завжди підходить для українського читача, адже така фраза звучить дещо незграбно. У цьому випадку перекладач може адаптувати переклад до більш природного варіанту, наприклад, «Попереду багато роботи» або «Треба зробити чимало». Проблема полягає у тому, щоб передати кількісне значення і при цьому зберегти природність мови.

Дуже важливо також враховувати емоційні та стилістичні відтінки. Слова *much* і *many* можуть

нести емоційне навантаження, і їхній переклад залежить від контексту. Наприклад, у фразі «She has much to learn», залежно від тону і контексту, перекладач може обрати кілька варіантів: «Їй ще багато чого треба навчитися» або «Їй ще стільки всього треба вивчити». Ці варіанти перекладу передають різні емоційні відтінки: перший –більш нейтральний, другий – виражає здивування чи наголос на обсязі завдань.

Важливо також враховувати специфіку перекладу в контексті діалогів, де *much* і *many* можуть відображати особистий стиль мовлення персонажів або підкреслювати їхні емоційні стани. Наприклад, у випадку з Гаррі Поттером, який говорить більш прямо і лаконічно, переклад *much* може бути максимально стиснутим і простим: «I don't have much time» – «У мене мало часу». Це підкреслює його характерну манеру мовлення. У той же час, якщо Герміона висловлюється академічно і детально, у її діалогах переклад може бути більш точним і формальним, що відображає її освіченість.

Крім того, у перекладі важливо звертати увагу на культурні та лінгвістичні відмінності між англійською та українською мовами. Наприклад, у деяких випадках переклад слів *much* і *many* може не вимагати безпосереднього відповідника в українській мові, якщо контекст уже передає потрібний сенс. У розмовній українській мові іноді можна уникати перекладу цих слів у тих випадках, де їхня кількісна функція очевидна з контексту. Наприклад, фраза «Too much noise» може бути перекладена просто як «Занадто шумно», без обов'язкового використання слова «багато» [11, с. 61–84].

Таким чином, проблема перекладу слів *much* і *many* у різних контекстах полягає не тільки у правильному виборі еквівалентів, але й у врахуванні стилю, емоцій, культурних відмінностей і мовних особливостей. Перекладач повинен уважно ставитися до кожного конкретного випадку і, залежно від контексту, обирати той переклад, який найкраще передає і зміст, і тон оригіналу, роблячи текст природним і зрозумілим для українського читача.

Особливу увагу варто приділити тому, як перекладаються *much* і *many* у різних частинах тексту. У «Гаррі Поттері і смертельних реліквіях» ці слова можуть з'являтися як у бойових сценах, де відбувається велика кількість подій або учасників («*many spells were cast*» – «було використано багато заклять»), так і в інтимних моментах, що підкреслюють емоційний стан персонажів («*there is too much at stake*» – «на кону надто багато»). У різних контекстах ці слова виконують різну функцію, і перекладач повинен бути чутливим до змін у стилі, жанрі та наративі.

Висновки. Much» і «many» є одними з основних прикладів кількісних квантифікаторів, кожен з яких має власну специфіку використання залежно від типу іменника (злічуваного або незлічуваного), що він визначає. Окремий інтерес становить дослідження перекладу слів «much» і «many» в українських перекладах літературних творів, особливо у творах Джоан Роулінг. Це є важливим для розуміння того, як перекладачі адаптують значення цих слів, щоб відповідати контексту оригіналу і зберегти комунікативну функцію. Лише завдяки гнучкому, творчому підходу можна зберегти чарівність, гумор і глибину оригінального тексту, при цьому зробивши його доступним і зрозумілим для українського читача.

Список літератури:

1. Ткаченко О.Б. Мовні структури в перекладі: дослідження корпусними методами. Київ : Наукова думка, 2018. 89–110 с.
2. Карпенко Ю.О. Основи зіставної типології мов. Київ : Видавництво Київського університету, 2001. 77–101 с.
3. Ткаченко О.Б. Словотворчі процеси в сучасній українській мові. Київ : Видавництво Київського університету, 2010. 45–68 с.
4. Плющ М.Я. Сучасна українська літературна мова : Морфологія. Київ : Вища школа, 2001. 12–28 с.
5. Ажнюк Б.М. Корпусна лінгвістика : стан і перспективи розвитку в Україні. Київ: Наукова думка, 2012. 15–39 с.
6. Кочан І.М. Термінологія і переклад в українському науковому дискурсі. Київ : Наукова думка, 2011. 48–62 с.
7. Чекаль Г.Г. Стилістичні особливості перекладу англійської прози українською мовою. Київ : Либідь, 2022. 33–51 с.
8. Зорівчак Р.П.Теорія і практика перекладу. Київ : Наукова думка, 2004. 83–107 с.
9. Шевченко І.С. Функціонально-комунікативна категорія кількості у сучасній англійській мові. Київ : Либідь, 2013. 91–118 с.

10. Плющ М.Я. Морфологічні особливості сучасної української мови. Київ: Либідь, 2004. 11–29 с.
11. Тарасова Н.В. Лексичні проблеми перекладу з англійської на українську: корпусний підхід. Київ : Видавництво Київського університету, 2020. 61–84 с.

Bilichak. O. I. STRATEGIES FOR CONVEYING THE MEANINGS OF MUCH AND MANY IN TRANSLATION PRACTICE: J. K. ROWLING «HARRY POTTER AND THE DEATHLY HALLOWS»

The article examines the main examples of adaptation strategies in the translation of the words much and many in J.K. Rowling's novel Harry Potter and the Deathly Hallows, demonstrates various ways in which a translator can modify the original text to preserve its meaning, style and emotional context for the Ukrainian reader. Several key adaptation strategies that can be used in this process are presented. The article identifies the main translation strategies. It has been determined that the main problem in translating these words is the difference in grammatical categories and ways of expressing quantities in English and Ukrainian. In English, much and many play a specific role in distinguishing between countable and uncountable nouns, while in Ukrainian this division is less rigid, and often the same word can be used for both types of nouns. The translator must be sensitive to nuances to ensure that the text is accurate and natural, while maintaining the depth and richness of the original. This process emphasizes the importance of creativity in translation and the need to consider all aspects that may affect the reader's perception. The problem with translating the words much and many in different contexts in J.K. Rowling's novel «Harry Potter and the Deathly Hallows» is that these words have different meanings depending on the context, and the Ukrainian language does not always offer direct equivalents for their accurate reproduction. The translator faces various difficulties related to the transfer of quantitative concepts, stylistic features, as well as emotional and figurative shades that are important for a full understanding of the text. Collocations with the words much and many are an integral part of the novel's lexical richness, reflecting not only quantitative characteristics but also deep emotional and thematic elements that are key to understanding the work as a whole.

Key words: *translation strategies, adaptation, explanation, collocation, shades, differences.*

UDC 81`25
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/04

Boiko Ya. V.
Kyiv National University of Technologies and Design

THE CONCEPT OF *NEW ETHICS* IN THE ERA OF INFORMATION AND SCIENTIFIC ADVANCEMENT: TRANSLATIONAL PERSPECTIVE

This paper examines the evolving concept of new ethics in translation, addressing the moral and ethical challenges translators face in the modern era of information and technological advancement. It highlights the crucial role of translators as cultural mediators, ensuring cultural sensitivity, accurate representation, and bias-free communication. The study explores key ethical responsibilities, such as managing ideological bias, promoting gender inclusivity, and navigating cultural adaptation in translation. A central theme of the research is the moral duty of translators to faithfully reflect not only the linguistic content but also the cultural, political, and social dimensions embedded in the source text. The study warns against cultural imperialism, particularly in translations from dominant cultures to marginalized ones, emphasizing the ethical necessity of preserving cultural integrity. Additionally, it scrutinizes the implications of machine translation, raising concerns about algorithmic bias, loss of human agency, and the risk of reinforcing harmful stereotypes through AI-generated translations. The paper further investigates ethical principles in translation, including the balance between faithfulness and adaptation, the role of neutrality, and the importance of transparency and accountability in decision-making. It explores inclusive language practices, advocating for equal representation of diverse groups, including LGBTQIA+ individuals, racial minorities, and people with disabilities. The study also addresses the future of translation ethics, considering the impact of globalization and the potential of ethical translation to foster social justice and equitable cross-cultural communication. Ultimately, the paper underscores translation as both a linguistic and ethical responsibility, highlighting its power to reinforce or challenge societal norms. By implementing inclusive and culturally sensitive strategies, translators contribute to ethical discourse and fair representation in an interconnected world.

Key words: *New ethics, cultural sensitivity, ideological bias, gender inclusivity, machine translation, artificial intelligence, post-editing.*

Statement of the problem. In the modern era, characterized by rapid advancements in information technology and scientific progress, ethical norms and principles are constantly evolving. The concept of new ethics reflects these shifts, encompassing issues such as digital responsibility, intercultural sensitivity, corporate transparency and inclusivity. As societies become more interconnected, language and communication play a crucial role in shaping and transmitting these ethical values.

Translation, as a mediator between cultures and knowledge systems, is central to the dissemination of ethical principles across linguistic and national boundaries. However, ethical considerations in translation present various challenges. These include the accurate conveyance of culturally specific ethical concepts, the avoidance of bias and misrepresentation and the adaptation of ethical discourse to different sociocultural contexts without distorting meaning. Additionally, the rise of artificial intelligence and machine translation raises new ethical concerns regarding authorship, authenticity and bias in automated translations.

So, the topic is highly urgent in both academic and professional fields, as it provides insights into the ethical adaptation of translation in the modern world. Understanding the concept of new ethics through the lens of translation studies is crucial for shaping responsible, transparent, and culturally sensitive communication in the era of unprecedented scientific and technological progress.

Analysis of recent research and publications. The concept of NEW ETHICS has garnered increasing attention from scholars worldwide due to its relevance in addressing contemporary challenges across various fields, including translation studies, technology, and social responsibility.

Hale in his work explores the evolving notion of ethics in literary studies, particularly in relation to the concept of NEW ETHICS and its impact on narrative decision-making [4]. This perspective offers valuable insights for translation, where ethical considerations

in adapting stories to different cultural and political contexts are crucial.

Koizumi discusses ethical capitalism, emphasizing responsibility, fairness and integrity in a globalized world [6]. For translation, this highlights the ethical challenges of conveying capitalist ideologies across cultures while avoiding bias and fostering a nuanced understanding of economic systems.

Koskinen and Pokorn's Routledge Handbook provides a comprehensive guide to translation ethics, covering challenges like cultural bias, ideological neutrality, and the role of the translator as a cultural mediator [7]. It also explores the ethics of machine translation and AI, focusing on issues such as algorithmic bias and the loss of human agency.

Laine et al.'s work on generative AI ethics addresses the challenges of ensuring AI-generated translations are unbiased and inclusive. It emphasizes the importance of human oversight in post-editing to avoid reinforcing stereotypes and marginalizing minority voices [8].

Juárez and Gasper's comparison of Lebret and Goulet provides an insightful historical lens for understanding development ethics, particularly in the context of translation. The ethical implications of translating texts related to development, human rights and social justice are explored [10]. The work highlights the need for translators to be aware of the broader societal and political contexts when translating texts that discuss ethics, justice, and inequality.

Wang's article explores translation's historical role in the New Culture Movement, highlighting its impact on cultural transformation and modernization. It provides valuable insights into the ethical responsibilities of translators during times of societal upheaval [11].

Task statement consists in analysing the manifestation of the concept of NEW ETHICS in translation, examining both theoretical perspectives and practical implications, within the context of the information age and scientific advancement. The research aims to identify key ethical dilemmas in translation practices, analyse how evolving ethical standards influence translation choices and propose strategies for maintaining ethical integrity in cross-cultural communication. This analysis will contribute to a deeper understanding of the role translation plays in shaping and transmitting ethical values across linguistic and cultural boundaries.

Outline of the main material of the study. The concept of NEW ETHICS has emerged as a response to the profound societal and technological changes of the late 20th and early 21st centuries. Rooted in philosophical ethics, this notion has been shaped by various disciplines, including social studies, linguistics and translation studies.

The evolution of the concept of NEW ETHICS reflects the growing need for ethical frameworks that address globalization, digitalization and intercultural communication. In 1993 Zygmunt Bauman introduced ***postmodern ethics*** as a response to the moral challenges of globalization and rapid social changes [3]. Unlike traditional modern ethics, which relied on absolute principles, postmodern ethics emphasizes individual responsibility, empathy and dialogue in moral decisions. Bauman highlighted the importance of understanding diverse moral perspectives in a globalized society and stressed the need for personal reflection on the consequences of actions. His ideas have influenced areas such as intercultural ethics, digital ethics and corporate responsibility, as well as translation studies, where cultural mediation, bias and power dynamics play a role.

In linguistics, the concept of NEW ETHICS emerged as scholars began exploring the ethical implications of language use, particularly in intercultural and digital communication. One significant development in this area is ***discourse ethics***, developed by Jürgen Habermas and Karl-Otto Apel in the 1980s [5]. Discourse ethics emphasizes the importance of rational dialogue in forming moral norms, rejecting the imposition of ethical principles by authorities. Instead, it advocates for the emergence of ethical principles through open, inclusive and reasoned discussion.

The core principles of discourse ethics include: ***Communicative rationality*** asserts that ethical standards should be created through open, fair and logical discussions, where all participants actively contribute to thoughtful and reasoned exchanges. The ***ideal speech situation*** means that communication should be free from pressure, manipulation or control, guaranteeing that every participant has an equal chance to share their perspectives. The ***universality and discourse principles*** argue that a moral norm is valid if all those affected would consent to it through rational dialogue, ensuring that ethical decisions are grounded in mutual understanding and consensus [10].

Discourse ethics has been applied across a variety of fields, including:

Political and social ethics to support democratic decision-making, human rights and global governance, advocating for open, rational discussions rather than decisions dictated by powerful elites.

Linguistics and communication have influenced intercultural communication, *media ethics* and speech

act theory, emphasizing the need for clear, honest and non-deceptive dialogue.

Business ethics has encouraged transparent communication within corporations, ethical leadership and safeguarding consumer rights.

Translation ethics helps balance accuracy with cultural sensitivity in translation, addressing issues such as bias and the power dynamics in language representation.

Despite its broad applications, discourse ethics faces some challenges and criticisms. The idealism of achieving truly equal discourse is difficult in a world marked by economic and political inequalities. Additionally, cultural relativism presents a challenge in applying universal ethical norms (honesty, fairness and justice, respect for human dignity, non-maleficence, beneficence, autonomy and freedom, responsibility and accountability, respect for privacy, compassion and empathy, sustainability and stewardship) across different societies. In the digital age, issues such as misinformation and the influence of algorithms complicate the achievement of truly rational discourse in online spaces.

Nonetheless, discourse ethics remains a vital framework for addressing ethical issues across various fields, including politics, linguistics, business and translation, especially as the world becomes increasingly globalized and digitally interconnected. Habermas' ideas continue to shape discussions on fairness, transparency, and inclusivity in communication, despite critiques regarding their real-world applicability and idealistic nature [5].

Since the 1990s, ***inclusive and non-discriminatory language*** has become essential in promoting respect, equality and social justice. This language advocates for gender-neutral, non-racist and non-ableist language in professional and academic settings, driven by growing awareness of social inequalities [1]. Inclusive language promotes equality by reflecting diverse experiences and avoiding marginalization based on gender, race, disability or identity, while non-discriminatory language prevents the use of harmful terms that perpetuate prejudice or stereotypes. This is manifested through:

1) eliminating gendered terms, embracing inclusive pronouns (e.g., *they/them*) and ensuring gender equality in language;

2) avoiding racial slurs, respecting self-identified terms and addressing systemic racism through media and policymaking;

3) using person-first language to prioritize individuality over disability and highlighting abilities instead of limitations;

4) promoting inclusive pronouns and non-heteronormative language to support and acknowledge diverse identities.

Social media platforms like Twitter and TikTok have played a significant role in promoting inclusive language by facilitating discussions and raising awareness, although they also face challenges with the spread of hate speech. In the realm of AI and language algorithms, there are ongoing efforts to develop more inclusive machine learning systems aimed at reducing bias and fostering fairness. Additionally, media representation has seen a rise in diversity, reflecting public demand for more inclusive language and better representation of marginalized groups in content across various platforms [8].

Inclusive language plays a vital role in advancing social justice by promoting the recognition and dignity of marginalized groups, fostering equality and respect. Institutions are increasingly adopting inclusive language policies and offering training to reflect the diversity of contemporary societies. In translation, ethical communication is emphasized through gender-neutral and culturally sensitive language choices.

The field of ***translation studies*** has undergone a notable transformation in recent years, with ethical considerations taking centre stage in both research and practice. This emerging "new ethics" in translation focuses on cultural sensitivity, bias and the influence of technology. It underscores the moral duty of translators to represent cultures, languages and identities with accuracy and respect, while addressing challenges like power imbalances, social justice and the role of technological developments. Below are the key areas in which ethics is now deeply integrated into translation practices [1; 7; 8; 11].

Cultural sensitivity and representation. Translators are increasingly seen not just as linguistic mediators, but also as cultural bridge-builders. The ethical responsibility to respect and accurately convey cultural nuances, values and contexts is central to modern translation studies. This includes the following.

Adapting to cultural contexts which means that translators need to handle cultural references, idioms, and traditions that may not have exact counterparts in the target language. Ethical translation necessitates a thorough understanding of both the source and target cultures to prevent misrepresentations and ensure the message is accurately and respectfully conveyed.

Avoiding cultural imperialism in translation which means ensuring that the translator does not impose their own cultural values, beliefs or biases onto the text. Instead, they must respect the cultural, historical,

and political contexts of both the source and target languages.

Respecting minority voices in ethical translation which involves giving equal weight to marginalized or underrepresented voices, especially when translating texts related to social justice, gender equality and human rights. translators play an active role in shaping public discourse and their choices can either reinforce or challenge stereotypes.

Bias in translation has always been an inherent challenge but recent discussions in translation ethics have highlighted the moral implications of bias in language mediation. Translators, consciously or unconsciously, bring their own perspectives to the text, which can shape the final output in subtle yet powerful ways. Key ethical concerns include the following.

Ideological bias refers to the challenge translators face when working with texts that convey political, religious or ideological perspectives. Ethical translation demands recognizing these biases and striving for objectivity whenever feasible. However, absolute neutrality is rarely achievable and translators must carefully determine when it is necessary to uphold specific ethical principles, particularly when handling sensitive or contentious subject matter.

Gender and identity bias refer to the ethical complexities involved in translating gendered language and terminology. For instance, rendering gender-specific words or pronouns may require creative strategies to promote inclusivity for non-binary identities. Translators must remain aware of the potential impact of reinforcing gender stereotypes or inaccurately representing gender identities.

Power dynamics in translation refer to the challenges translators face when dealing with imbalances between the source and target cultures. This is particularly relevant in contexts like post-colonial translation or when translating between dominant and marginalized languages. Ethical translation seeks to prevent the reinforcement of these hierarchies while promoting fair and accurate representation.

3. *Technology and machine translation*. With the rise of machine translation (MT) and artificial intelligence (AI) in recent years, new ethical dilemmas have arisen. While technology has opened up new possibilities for faster and more efficient translations, it also introduces ethical concerns related to bias, transparency, and accountability.

Algorithmic bias refers to the tendency of machine translation tools, like Google Translate and DeepL, to mirror the biases present in their training data. As a result, these algorithms may reinforce stereotypes or generate harmful language patterns that human translators could avoid. Ethical challenges include finding ways to minimize these biases and ensuring that machine translation is used in a manner that upholds cultural diversity and inclusivity.

Loss of human agency refers to the growing concern that as MT tools become more sophisticated, the translation process may become increasingly dehumanized. While translators collaborate with AI systems, they remain morally responsible for the final output. Ethical issues arise when there is excessive dependence on technology, particularly in critical fields like legal or medical translation, where accuracy and human judgment are essential (e.g., in legal or medical contexts).

Post-editing ethics refers to the ethical considerations arising from the growing reliance on MT in the translation industry, where human translators refine machine-generated text. Key concerns include maintaining accuracy, cultural relevance and linguistic integrity while also addressing the diminished agency that post-editors may face when working within AI-driven frameworks.

4. *Ethical decision-making* is an integral part of translation practice and translators often face difficult choices that involve balancing linguistic accuracy with ethical considerations. This includes the following.

Faithfulness vs. adaptation refers to the challenge translators often face in balancing loyalty to the original text with the need to modify it for the target audience. This involves making decisions on how closely to follow the source material, particularly when the original language includes cultural or political elements that may be difficult to convey or inappropriate for the target culture.

Transparency and accountability refer to the ethical responsibility of translators to maintain openness throughout the translation process. This includes explaining the decisions made during translation, particularly when these choices affect meaning, tone or representation. Translators must be accountable not only to the original author but also to the target audience, ensuring that their work contributes to clear, ethical communication.

Ethical translation of sensitive materials involves special considerations when translating texts such as medical, legal or political documents. Translators must be particularly mindful of the potential impact of their work, addressing ethical concerns related to confidentiality, accuracy, and the risk of harm.

Our investigation showed that ***key ethical challenges*** in translation related to inclusivity, neutrality and cultural adaptation include ensuring

fair representation of marginalized groups, avoiding ideological bias and balancing fidelity to the source text with cultural sensitivity:

Inclusivity. Translating texts in a way that avoids reinforcing stereotypes or excluding certain groups, particularly in relation to gender, race, disability, and LGBTQIA+ identities. For example, a text referring to a generic *fireman* may need to be translated as *firefighter* in a language where gendered terms are common, to ensure inclusivity. Additionally, if a text uses male pronouns as a default, the translator may need to decide whether to use gender-neutral pronouns like *they* or explicitly include both masculine and feminine forms.

Neutrality. Ensuring that the translation remains impartial, without injecting the translator's personal biases, especially when dealing with politically or culturally charged content. For example, translating political speeches or news articles can present challenges when the content may be biased toward a particular ideology. A translator may face pressure to reflect or counter the political slant of the source text, such as translating terms related to government policies in a way that may unintentionally favour one viewpoint over another.

Cultural Adaptation. Striking a balance between staying faithful to the source text and making necessary adaptations for the target culture without altering the original message or intent. For example, a translator working with a text that references local traditions, food or societal norms might face the dilemma of whether to adapt these references to something more familiar to the target audience or to leave them as is, potentially confusing readers. A metaphorical expression rooted in a specific cultural practice may require either an equivalent expression in the target language or a complete rephrasing to convey the intended meaning.

In our investigation, we propose that maintaining ethical integrity in translation while ensuring accuracy and cultural appropriateness involves adopting a range of strategies that balance fidelity to the source text with sensitivity to cultural nuances and inclusivity. These strategies include the following.

Cultural sensitivity and awareness. Understanding and respecting the cultural contexts of both the source and target languages is crucial. Translators must avoid making assumptions or imposing their own cultural biases on the text. When translating a text that includes humour or cultural references, a translator might choose to localize the content to make it understandable without altering the essence. For instance, an idiomatic expression specific to one culture may be replaced with an equivalent in the target culture to maintain the impact while respecting cultural differences, e.g. *Our company is a well-oiled machine, and we are ready to take on the new challenges ahead* [12]. – Наша компанія працює як злагоджений механізм, і ми готові приймати нові виклики. The expression *well-oiled machine* commonly used in business contexts to describe a company that is functioning efficiently and effectively, often referring to smooth operations and teamwork is translated as 'злагоджений механізм', which conveys the same meaning of a smooth and efficient system, but in a way that resonates with Ukrainian speakers. The original expression *well-oiled machine* has a specific cultural connotation in English that might not be immediately clear or carry the same weight in Ukrainian. The translator has opted for the expression 'злагоджений механізм', which corresponds to 'a well-coordinated mechanism'. This Ukrainian equivalent maintains the essence of the phrase, – indicating a company with smooth, efficient operations – while avoiding the direct use of 'oiled', which could be culturally ambiguous. This approach ensures the business concept is conveyed effectively without imposing foreign imagery or creating confusion, thus demonstrating cultural sensitivity and awareness**.**

Inclusive language practices. The translator should ensure that language is inclusive, respectful and free from discrimination. This includes adapting gendered terms, racial or ethnic terminology and addressing issues of disability and LGBTQIA+ identities in the translation. If the source text uses terms like *chairman* or *fireman*, a translator should consider using gender-neutral terms like *chairperson* or *firefighter* to ensure that the translation does not marginalize or exclude anyone, e.g. *Our chairman has always been committed to the success of the company, and he continues to lead with great vision* [12]. – Наш голова правління завжди був відданий успіху компанії, і він продовжує вести з великим баченням. In this business context, the term *chairman* refers to the person in charge of the company or organization. However, the term is gendered and may not be inclusive of women or non-binary individuals. While 'голова правління' (chair of the board) is a gender-neutral term in Ukrainian, it still refers to a position without assuming gender. Additionally, the original sentence uses *he* 'він' to refer to the chairman, but in an inclusive translation, the translator could use 'він/вона' (he/she) or find other ways to make the reference more inclusive by avoiding assumptions about gender. This approach demonstrates inclusive language practices by making sure the translation

respects and includes all gender identities, thus fostering a more equitable and non-discriminatory environment in business communication.

Neutrality and impartiality. Translators must be aware of their own biases and ensure neutrality, especially when translating content that might have political, religious or ideological implications. The goal is to preserve the tone and intent of the original text while avoiding personal or cultural bias. When translating a politically charged article or speech, the translator must carefully choose words that do not skew the message. For instance, when translating a politically neutral term like *government official*, the translator should avoid choosing a term with a specific political connotation unless that is what the source text intended, e.g. *The government is committed to fostering economic growth while ensuring social stability* [2]. – Уряд прагне сприяти економічному зростанню, забезпечуючи соціальну стабільність. This sentence is politically neutral, focusing on general governance goals without leaning towards a particular political stance or ideology. The translator ensures neutrality and impartiality by carefully choosing language that does not reflect any political, religious or ideological bias. The term *government* is translated as 'уряд', which is neutral in Ukrainian and does not associate with a specific political group or perspective. Similarly, terms like *fostering* 'сприяти' and *ensuring* 'забезпечуючи' are non-partisan and help preserve the original tone of the statement. In this case, the translator avoids any language that might inadvertently suggest a particular political agenda, thus adhering to the principle of neutrality and impartiality. This is especially important in politically charged contexts where the message should be conveyed without bias.

Consultation with experts. When faced with complex or sensitive topics, it is important for the translator to consult subject matter experts or native speakers familiar with the relevant cultural or linguistic context. This helps ensure both accuracy and cultural appropriateness. For specialized content, such as medical or legal texts, a translator might seek input from a professional in the field to ensure that technical terms are translated correctly and in a way that aligns with cultural norms in the target language, e.g. *The patient was prescribed a regimen of corticosteroids to reduce inflammation* [9]. – Пацієнту призначено курс кортикостероїдів для зменшення запалення. In this case, consultation with experts is critical, since the text involves medical terminology, specifically regarding a prescribed treatment for inflammation, which requires precise knowledge of both medical language and the cultural context in which the treatment is being discussed. A translator should ideally consult a medical professional or someone with expertise in healthcare to ensure that terms like *corticosteroids* are translated accurately and culturally appropriately. This ensures the technical terminology is correct and aligns with local medical practices, as well as respecting the cultural context in which medical treatments are discussed. If there were any uncertainties or specialized local practices, the translator could rely on an expert's input to avoid errors and provide an accurate and culturally sensitive translation. This approach is essential for ensuring both accuracy and cultural appropriateness in specialized content.

Contextual understanding. Translators should always consider the purpose of the text and its target audience. This helps determine the degree of adaptation needed for cultural appropriateness while preserving the integrity of the original message. Translating a literary work might require a different approach than translating a legal document. While literary works might allow for more creative or culturally adaptive translations, legal texts must prioritize precision and avoid altering legal concepts, e.g. *She decided to take the matter to court, hoping for a fair resolution* [2]. – Вона вирішила подати справу до суду, сподіваючись на справедливе вирішення. This sentence, which is part of a legal text, refers to a person taking legal action and seeking justice. In this context, precision and clarity are essential, as any alteration of legal concepts could lead to misunderstandings. Translators need to consider the purpose of the text and the target audience when deciding on their approach. In this case, since the original text is legal, the translation focuses on precision, ensuring that terms like *court* and *fair resolution* are translated accurately without room for misinterpretation. This is especially important in legal documents, where even small changes in language can alter the meaning or legal validity. The translator must avoid unnecessary cultural adaptation that could affect the integrity of the legal concepts, as opposed to literary works, where more creative freedom may be allowed. The translation is guided by the need to maintain clarity and legal accuracy for the target audience, demonstrating a deep understanding of the context and purpose of the text.

Ethical use of technology. With the increasing reliance on machine translation (MT) and computer-assisted translation (CAT) tools, translators must use these tools ethically. This includes being aware of the limitations of MT and ensuring that it is not used to replace human judgment when it comes to sensitive or nuanced content. While a translator

might use MT to handle straightforward translations, they should manually review and adjust the output for accuracy, especially when the content involves sensitive issues such as cultural representation or ethical concerns, e.g. *The company aims to foster a diverse and inclusive work environment where all employees feel respected and valued* [12]. – Компанія прагне сприяти різноманітному та інклюзивному робочому середовищу, де всі працівники відчувають себе поважаними та цінованими. (The MT output (Google Translate)). Компанія прагне створити різноманітне та інклюзивне робоче середовище, де кожен співробітник почувається поважаним і цінним. (Revised translation after review). In this case, ethical use of technology involves recognizing the limitations of MT. While MT tools like Google Translate can handle straightforward text, they may lack the sensitivity needed for translating culturally significant or nuanced content and a translator should review and adjust it to ensure it fully respects the nuanced cultural implications and values behind *diverse* and *inclusive*. The initial translation is largely accurate, but after manual review, the translator refines the phrasing to ensure it better aligns with local cultural expectations and to emphasize respect for all employees. Words like *feel respected* 'відчувають себе поважаними' are adjusted to 'почувається поважаним', which may better convey the intended sentiment. By manually reviewing and refining the MT output, the translator ensures that sensitive issues, such as diversity and inclusivity, are appropriately addressed in the translation. This highlights the ethical responsibility of translators to ensure that MT tools are used as an aid rather than a replacement for human judgment, especially in sensitive areas like cultural representation and ethical concerns.

Transparency and accountability. Translators should be transparent about their choices in cases of ambiguity or uncertainty, particularly when adapting a text for a different culture. They should also be willing to accept feedback and make revisions if needed. If a translator chooses to localize a product name or cultural reference that may not resonate with the target audience, they should document and justify this decision, ensuring that the adaptation aligns with the text's intended message and purpose, e.g. *Our new Unoun brand of sportswear is designed for athletes who want both style and performance* [13]. – Наша нова марка спортивного одягу Unoun розроблена для атлетів, які цінують стиль та ефективність. In this case, the product name *Unoun* refers to a specific brand, and the translator must decide how to handle it in the Ukrainian context, particularly if the brand is not widely recognized. The translator may choose to retain the brand name *Unoun*, assuming the target audience is familiar with it. However, if the brand is not well-known, the translator faces the challenge of either preserving the original name or localizing it. Transparency and accountability in this situation require the translator to document their decision to keep *Unoun* in the translation. If it is a niche or emerging brand, the translator can justify this choice by emphasizing the brand's authenticity and prestige, which may appeal to the target audience. Alternatively, if the brand is unfamiliar, the translator might localize it by using a more recognizable term, such as 'спортивна марка' (sports brand) or another familiar brand name. In this case, the translator would need to explain their decision based on the cultural relevance and recognition of the brand in the target market.

If feedback suggests that the chosen approach is not ideal, such as if the brand name is too obscure, the translator should be open to revising the translation to better fit the audience. This ensures the translation is culturally appropriate and maintains the original message, while clearly justifying the decisions made.

By implementing these strategies, the translator ensures that the translation is both ethically responsible and culturally appropriate, reflecting the accuracy and integrity of the original content while accommodating the needs of the target audience.

Conclusions. The concept of new ethics in the field of translation has evolved significantly, particularly in response to the era of information and scientific advancement. The translator's role has expanded beyond merely transferring words from one language to another; they now serve as cultural intermediaries, bridging linguistic gaps while maintaining ethical integrity. This "new ethics" emphasizes cultural sensitivity, inclusivity, neutrality and the careful integration of technology, particularly machine translation tools. Translators face a series of challenges, such as representing marginalized voices, avoiding biases and ensuring cultural accuracy without imposing foreign values. As they navigate these complexities, they must remain accountable and transparent in their decision-making, especially when handling sensitive or ideologically charged material. In an age where technology is reshaping communication, translators must balance human judgment with the use of AI tools to maintain the integrity and ethical standards of their work.

The integration of ethics into translation is not only about linguistic precision but also about

reflecting the social, cultural and moral values of both the source and target audiences. This transformation in translation practices marks a pivotal moment in the profession, demanding that translators not only understand language but also the ethical dimensions of their craft. As the world becomes more interconnected through digital and scientific progress, the ethical responsibilities of translators will continue to evolve, ensuring that their work remains a crucial element in fostering clear, inclusive, and respectful communication across cultures.

Further research in this field could explore several avenues. First, deeper investigations into the ethical implications of machine translation and artificial intelligence are essential. This includes studying algorithmic bias, the potential dehumanization of translation through over-reliance on technology, and the impact of AI on cultural sensitivity. Additionally, research could focus on developing ethical frameworks and guidelines for post-editing practices in machine translation, particularly in high-stakes contexts like law or healthcare, where accuracy is critical.

Bibliography:

1. A New Approach to Research Ethics. URL: https://surl.li/fchoct
2. Broken Law Podcast. URL: https://surl.gd/rfhxaa
3. Gray, M. Postmodern Ethics. URL: https://www.researchgate.net/ publication/312867137_Postmodern_ Ethics
4. Hale, D. J. The Novel and the New Ethics. URL: https://surl.gd/birqjh
5. Kettner, M. Discourse Ethics Apel, Habermas, and Beyond. URL: https://surl.li/dnyvdh
6. Koizumi, H. New Ethics and a Return to the Roots of Ethical Capitalism. URL: https://www.hitachihyoron.com/rev/column/content/vol30/index.html
7. Koskinen, K. and Pokorn, Nike K. The Routledge Handbook of Translation and Ethics. URL: https://surl.gd/olaegb
8. Laine, J., Minkkinen, M., & Mäntymäki, M. Understanding the Ethics of Generative AI: Established and New Ethical Principles. Communications of the Association for Information Systems, 56. URL: https://aisel.aisnet.org/cais/vol56/iss1/7
9. The Doctors Selling Bogus Treatments to People Facing Blindness. URL: https://www.bbc.com/news/world-64838936.amp
10. Juárez, M.C., Gasper, D. Comparing Two Pioneers of Development Ethics: Louis-Joseph Lebret and Denis Goulet. P. 260-278 . URL https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17449626.2021.1954053#abstract
11. Wang, N. The Historical Role of Translation in the New Culture Movement and Its Future Prospect. *Comparative Literature Studies.* 2020. 57 (3). P. 362–372.
12. Wall Street Prepares to Defend a Favoured Tax Break, Again. URL: https://www.nytimes.com/2025/02/07/business/dealbook/trump-carried-interest-tax.html
13. Where the Dealmakers and Strivers Get Their Gossip. URL: https://www.nytimes.com/2025/02/07/business/emily-sundberg-feed-me.html

Бойко Я. В. КОНЦЕПТ НОВА ЕТИКА В ЕРУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА НАУКОВОГО ПРОГРЕСУ: ПЕРЕКЛАДАЦЬКА ПЕРСПЕКТИВА

У статті розглядається еволюція концепту нова етика в перекладі, зокрема моральні та етичні виклики, з якими стикаються перекладачі в еру інформаційних технологій та наукового прогресу. Дослідження наголошує на ролі перекладачів як культурних посередників, які відповідають за забезпечення культурної чутливості, точного відображення та комунікації без упереджень. У статті розглядаються важливі етичні обов'язки, такі як боротьба з ідеологічними упередженнями, забезпечення гендерної інклюзивності та культурна адаптація в процесі перекладу. Однією з основних тем є моральний обов'язок перекладачів точно відображати не лише лінгвістичний зміст, а й культурні, політичні та соціальні контексти, властиві оригінальному тексту. У статті підкреслюється необхідність уникати культурного імперіалізму, особливо при перекладі матеріалів із домінуючих культур на маргіналізовані. Крім того, розглядаються етичні наслідки використання інструментів машинного перекладу, зокрема проблеми алгоритмічних упереджень, втрати людського контролю та можливість виникнення шкідливих стереотипів у перекладах, створених за допомогою штучного інтелекту. Дослідження також охоплює етичні принципи відданості тексту та адаптації, нейтральності та важливість прозорості та підзвітності в прийнятті перекладацьких рішень. Особлива увага приділяється практиці використання інклюзивної мови та відповідальності за забезпечення рівного представництва всіх груп, включаючи ЛГБТКІ+, расові та групи людей з інвалідністю.

Також обговорюється майбутнє етики перекладу, з акцентом на потенціал перекладу у просуванні соціальної справедливості та виклики, пов'язані з глобалізацією в міжкультурній комунікації.

Ключові слова: *Нова етика, культурна чутливість, ідеологічні упередження, гендерна інклюзивність, машинний переклад, штучний інтелект, постредагування, прозорість, підзвітність, інклюзивність, нейтральність, глобалізація, соціальна справедливість.*

УДК 81’25-051:340(477)
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/05

Воскобойник В. І.
Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

Шпак М. В.
Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого

Дзекун Ю. В.
Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ПЕРЕКЛАДАЧА В СУДОВИХ ПРОЦЕСАХ В УКРАЇНІ

У статті розглядаються особливості роботи перекладача у сфері правового захисту та визначаються вимоги до перекладу в судових процесах адміністративного, цивільного, господарського напрямів судочинства. Завдання статті полягають у визначенні законодавчих норм здійснення перекладу судових процесів в Україні, виявленні специфіки мови судових процесів, якою має володіти перекладач, визначенні вимог до діяльності перекладача під час здійснення судочинства. Перекладач, який надає свої послуги під час проведення судових процесів, повинен мати відповідну кваліфікацію та відповідати вимогам, які закріплені в Статті 71 Кодексу адміністративного судочинства України. Перекладач призначається з ініціативи суду або за клопотанням учасника справи. Основні обов’язки перекладача під час здійснення судочинства включають усний переклад у суді та письмовий переклад судових рішень, позовів, угод, свідчень, які мають здійснюватися відповідно до правових норм країни. Перекладач має досконало володіти двома мовами (українською та іноземною). Основні вимоги до судового перекладача включають знання спеціальної юридичної термінології, відмінні навички усного та письмового перекладу, які базуються на розумінні різних аспектів теорії перекладу, врахування культурних відмінностей між різними правовими системами, знання у сфері права, необхідні для розуміння юридичних механізмів правового захисту, дотримання судового етикету, а також відповідальність, пунктуальність, надійність, емоційний інтелект, логічність, послідовність, неупередженість та стресостійкість перекладача. Дотримання цих вимог є обов’язковим, оскільки неправильне відтворення судової термінології мовою перекладу може спричинити юридичні непорозуміння та судові помилки. Для ефективної підготовки судових перекладачів потрібно поєднувати юридичну освіту, мовну компетенцію та практичні навички.

Ключові слова: *судовий процес, правозастосування, судовий етикет, юридична термінологія, термін, еквівалент, переклад.*

Постановка проблеми. Питання належного судового захисту прав громадян українського суспільства завжди було актуальним. Стрімкий розвиток міжнародних відносин України з іншими країнами сприяє тому, що багато іноземців на законних підставах перебувають на території України, виконуючи різноманітні види діяльності. Це викликає необхідність у судовому захисті фізичних та юридичних осіб, які не володіють українською мовою. Саме для таких осіб вкрай важливим є належне доведення своєї точки зору в судових справах іноземною мовою. Особливого значення в цьому випадку набуває робота перекладачів, які мають довести до суду конкретні обставини, про які заявляє іноземець під час правового процесу. Це стосується багатьох видів судочинства України, в тому числі адміністративного, господарського та цивільного процесів.

Роль перекладача у сфері правового захисту громадян особливо зросла протягом періоду російської агресії, оскільки чимало українців проживають за кордоном і потребують правової допомоги. Крім цього, допомога іноземних громадян українцям також має бути юридично оформлена. У зв’язку з цим, особливої ваги набуває дослідження питань, які стосуються роботи перекладача в юридичній сфері, у т.ч. й під час судових засідань. Саме цим зумовлюється актуальність вивчення встановлення вимог, які висуваються до перекладу в судових процесах адміністративного,

цивільного та господарського напрямів судочинства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні дослідження, в першу чергу, акцентують увагу на виявленні лінгвістичних особливостей юридичної мови, якою має володіти перекладач (Т. Войтко [3], Г. Дуднік [5], Л. Логінова [7], О. Одінцова [8], С. Радецька [9], О. Ходаковська [10]), та стратегіях перекладу юридичного дискурсу (А. Бондаренко [2], В. Громовенко [4], О. Ходаковська [11]). Однак, у сучасній лінгвістиці відсутні роботи присвячені проблемі визначення вимог до роботи перекладача в судових справах, які охоплюють юридичний процес.

Постановка завдання. Метою цієї розвідки є визначення особливостей роботи перекладача під час судових процесів, які регламентуються певними вимогами та правилами. Для досягнення цієї мети були поставлені такі завдання: 1) установити законодавчі вимоги до здійснення перекладу судових процесів в Україні; 2) виявити специфіку мови судових процесів, якою має володіти перекладач; 3) сформулювати основні вимоги до діяльності перекладача під час здійснення судочинства.

Виклад основного матеріалу. Юридична складова посідає значне місце в сучасному суспільстві, як на рівні фізичних, так і юридичних осіб. У випадку виникнення судових суперечок може відбуватися порушення норм законодавства або існування певних вимог, які цьому можуть передувати. Згідно пункту 1 Статті 15 Кодексу адміністративного судочинства України «Судочинство і діловодство в адміністративних судах провадиться державною мовою» [6]. Однак, якщо мова йде про участь у судовому процесі іноземців в Україні або українців у судових процесах в інших країнах, то є вірогідність недостатньої мовленнєвої компетентності цих осіб. У таких випадках особливої ваги набуває робота перекладача. Саме це зазначено в пункті 4 Статті 15 Кодексу адміністративного судочинства України: «Учасники судового процесу, які не володіють або недостатньо володіють державною мовою, мають право робити заяви, надавати пояснення, виступати в суді і заявляти клопотання рідною мовою або мовою, якою вони володіють, користуючись при цьому послугами перекладача, в порядку, встановленому цим Кодексом» [6].

Перекладач, який надає свої послуги під час проведення судових процесів, повинен мати відповідну кваліфікацію та відповідати вимогам, які закріплені в Статті 71 Кодексу адміністративного судочинства України у вигляді чотирьох пунктів [6]. Він має вільно володіти двома мовами (українською, якою здійснюється судочинство, та іноземною). «Перекладач зобов'язаний з'являтися до суду за його викликом, здійснювати повний і правильний переклад, посвідчувати правильність перекладу своїм підписом на процесуальних документах, що вручаються сторонам у перекладі на їх рідну мову або мову, якою вони володіють» [6]. Слід пам'ятати, що перекладач має право ставити питання з метою уточнення інформації під час перекладу.

Перекладач призначається з ініціативи суду або за клопотанням учасника справи. Допускається також участь перекладача в судовому процесі в режимі відеоконференції. Він має право отримати плату за виконану роботу та компенсацію витрат, пов'язаних із викликом до суду.

Основні обов'язки перекладача під час здійснення судочинства включають: 1) усний переклад у суді виступів суддів, прокурорів, адвокатів, свідків та інших учасників; 2) письмовий переклад юридичних документів (судових рішень, позовів, угод, свідчень) відповідно до правових норм країни.

Розглянемо вимоги до роботи перекладача судових процесів. По-перше, перекладач має досконало володіти спеціальною юридичною термінологією та стилем мовлення обома мовами (мовою оригіналу та мовою перекладу). Юридичні терміни – це «словесні позначення державно-правових понять, за допомогою яких виражається й закріплюється зміст нормативно-правових приписів держави» [5, с. 57]. Юридична мова складається, здебільшого, з юридичних термінів, які є «поняттями, що входять до правової термінологічної системи національних мов» [8, с. 182]. Вона має низку специфічних особливостей, які відрізняють її від загальновживаної мови. Юридична мова виконує чітку комунікативну функцію в юридичній сфері та спрямована на забезпечення однозначного розуміння правових норм. Серед її особливостей можна виділити такі:

1) формалізованість та стандартизованість, яка проявляється у використанні усталених конструкцій, зворотів та виразів («На підставі ст. 10 Закону України…», «Сторони дійшли згоди про наступне…»);

2)однозначність та точність термінологічної лексики з метою уникнення багатозначності або двозначних трактувань;

3)термінологічність – насиченість спеціальною юридичною термінологією: *позивач, відповідач, юрисдикція, делікт, суб'єкт права, правоздатність*;

4) використання канцеляризмів та офіційних формулювань;

5) відсутність емоційного забарвлення юридичної лексики; наприклад, у рішенні суду фразу «*звинувачуваний жорстоко поводився*» слід замінити твердженням «*обвинувачений вчинив дії, що підпадають під ст. …*»;

6) лаконічність та логічність юридичних текстів;

7) переважання пасивних конструкцій у структурі речення.

Слід зазначити, що переклад юридичних термінів германської групи мов українською ускладнюється тим фактом, що українська мова відноситься до слов'янської гілки індоєвропейської родини мов, які є флективними, на відміну від аналітичних мов германської групи.

Розглянемо деякі приклади невідповідностей у перекладі українських юридичних термінів англійською мовою. Наприклад, термін «*притягнення до кримінальної відповідальності*» має англомовний відповідник *«criminal prosecution»,* а не перекладається дослівно як *«bringing to criminal responsibility»* (буквальний переклад), оскільки в юридичній англійській мові використовується термін *prosecution* (переслідування), а не «*відповідальність*», як у слов'янських мовах.

Однією з характеристик української мови є вживання довгих та складних конструкцій на відміну від англійської, яка тяжіє до використання коротких термінів. Наприклад, термін «*особа, яка підозрюється у вчиненні кримінального правопорушення»* має англомовний однослівний відповідник *«suspect»*, а правовий вираз «*застосування запобіжного заходу у вигляді тримання під вартою» – «pretrial detention»* або «*remand in custody»*. Англійська юридична мова більш лаконічна, ніж українська, тому перекладачу слід знати та вибирати короткі варіанти англомовних відповідників для українських правових термінів.

Перекладачі мають також пам'ятати про так званих «фальшивих друзів перекладача». Наприклад, український термін «м*оральна шкода»* неправильно перекладати англійською мовою як *«moral damage».* Правильний переклад цього терміну залежить від контексту та має два відповідники в англійській мові: *«non-pecuniary damage»* (немайнові збитки) та *«emotional distress»* (емоційні страждання).

По-друге, важливе значення для перекладача має судовий етикет – сукупність правил поведінки, яких повинні дотримуватися всі учасники судового процесу: судді, адвокати, прокурори, секретарі суду, свідки, експерти та перекладачі. Дотримання цих норм сприяє підтриманню порядку, неупередженості та поваги до правосуддя. Перекладач також має дотримуватися дрескоду, відтворювати зміст мовлення в суді точно, без двозначностей, зайвих емоцій та особистих коментарів. Нейтральність – дуже важлива вимога, яка висувається до судового перекладача, оскільки навіть найменша помилка може вплинути на хід судового процесу. Юридичні переклади вимагають не лише точності, а й дотримання конфіденційності щодо деталей судової справи.

Судовий етикет перекладача є важливим для забезпечення чесного та неупередженого правосуддя. Це свідчить про професіоналізм перекладача та його повагу до судової системи. У разі недотримання етичних норм чи неналежної роботи перекладач може бути відсторонений або навіть нести юридичну відповідальність.

По-третє, перекладач має володіти певними знаннями у сфері права для того, щоб розуміти особливості юридичних механізмів правового захисту, поняття юридичних фактів та елементів злочинів та правопорушень, основні положення кримінального та кримінально-процесуального права. Особливої уваги потребує іншомовний дискурс господарського та корпоративного права, розуміння особливостей юридичних та фізичних осіб як суб'єктів господарювання, їх правосуб'єктності, специфіки галузі інтелектуального права [1, с. 67].

По-четверте, перекладач повинен мати гарні навички усного синхронного чи послідовного перекладу під час судових засідань, допиту, слухань, переговорів, а також відповідну письмову перекладацьку компетенцію. Правові тексти мають строгу структуру та стиль, які мають бути точно збережені під час перекладу, включаючи специфічні терміни та формулювання. Гарне розуміння процесуальних документів дозволить перекладачу правильно відтворити судові рішення, позови, угоди, протоколи.

По-п'яте, перекладачі мають ураховувати культурні особливості та відмінності між різними правовими системами, а саме: континентальним (Цивільним правом), загальним (Англосаксонським правом), релігійним правом та змішаними правовими системами. Одні й ті самі терміни можуть мати різні значення в різних країнах. Деякі юридичні терміни не завжди мають точні аналоги в різних правових системах. Наприклад, поняття «*trust*» в англосаксонському праві не має прямого еквівалента в континентальній системі,

тому його потрібно правильно адаптувати при перекладі. В англо-американській системі також немає чіткого еквівалента для українського терміна «*злочин середньої тяжкості»,* оскільки там це поняття відсутнє. У США та Великій Британії злочини зазвичай поділяють на *misdemeanors* (дрібні правопорушення) та *felonies* (тяжкі злочини). У такому випадку судовий термін «*злочин середньої тяжкості»* може перекладатися англійською мовою шляхом калькування як *«medium-gravity crime*» або « *mid-level offense».*

Іншим прикладом є відтворенні українського терміну «*нотаріально завірена копія документа»* англійською мовою. У цьому випадку перекладач має знати, що у Великій Британії нотаріус має інші повноваження, ніж в Україні, і не завіряє копії документів так, як це робиться в Україні. Правильним перекладом вищезазначеного терміну буде англомовний еквівалент «*certified copy»*, яку може засвідчити адвокат чи державний службовець.

Через різницю в правозастосуванні (навіть, якщо два документи здаються схожими) правові наслідки їх використання можуть відрізнятися через місцеве законодавство та судову практику. Закони в різних країнах часто відображають місцеві традиції, моральні норми та історичний досвід, що потрібно враховувати при перекладі, адже правильне розуміння змісту судових процесів та правових документів забезпечує точне відтворення змісту судових процесів.

Перекладач має добре розуміти правову систему обох країн, щоб переклад був точним та юридично коректним. Уніфікація правових документів Європейською конвенцією з прав людини та Законодавством Європейського Союзу сприяє полегшенню веденню правових процесів завдяки розробленій у рамках ЄС спільній юридичній термінології для гармонізації юридичних понять, але через відмінності в правових системах деякі терміни залишаються приблизними еквівалентами [8, с. 182]. Невідповідність значень термінів у національному законодавстві різних країн та відсутність прямих аналогів змушує перекладача використовувати описові або наближені еквіваленти. Крім того, основні робочі мови ЄС (англійська, французька та німецька) впливають на правову термінологію інших мов. Зважаючи на ці виклики, судові перекладачі повинні не тільки досконало володіти мовами, а й глибоко розуміти європейське та національне право.

Нарешті, перекладачі судових процесів мають володіти такими якостями, як: відповідальність, пунктуальність, надійність, емоційний інтелект, логічність, послідовність та неупередженість. Досить важлива риса судового перекладача – стресостійкість, оскільки переклад відбувається в режимі реального часу, часто без можливості підготовки в напружених умовах, де важлива концентрація та швидкість мислення. Судові справи, пов'язані з насильством та злочинами, можуть психологічно виснажувати перекладача.

Судовий перекладач – це не просто мовний спеціаліст, а професіонал, який відіграє ключову роль у забезпеченні справедливого судочинства, допомагаючи сторонам процесу долати мовний бар'єр. Він працює як усно, так і письмово, перекладаючи документи, свідчення, промови суддів та адвокатів. Досвід роботи та кваліфікація судового перекладача відіграють важливу роль при його відборі. Він може пройти сертифікацію або акредитацію в державних органах (у деяких країнах перекладачі мають отримати ліцензію) або отримати досвід роботи в суді або юридичних установах. Для забезпечення ефективного перекладу перекладачі мають не лише досконало володіти мовами, але й мати юридичну освіту або досвід роботи в правовій сфері.

Слід зазначити, що перекладач може нести як юридичну, так і адміністративну відповідальність. Юридична відповідальність накладається у тому випадку, коли помилки в перекладі можуть вплинути на хід судового процесу та рішення суду. Адміністративна відповідальність, яка полягає у неналежному виконанні обов'язків, може призвести до відсторонення перекладача від роботи або накладенні на нього штрафу.

Жорсткі вимоги до кваліфікації перекладача судових процесів вимагають комплексної підготовки філологів-перекладачів в університеті, яка має включати як теоретичні, так і практичні аспекти. Серед теоретичних аспектів: знання юридичної термінології мови оригіналу та мови перекладу, розуміння основ права та відмінностей між правовими системами, володіння теоретичними аспектами перекладу та його стратегіями під час усного та письмового перекладу. Розвиток перекладацької компетенції перекладача судових процесів забезпечується через практику усного та письмового перекладу**,** рольові ігри (симуляції судових процесів з реальними справами), відпрацювання складних ситуацій, використання комп'ютерних програм для юридичного перекладу (CAT-tools), пошук правових термінів в онлайн-базах (Eur-Lex, IATE). Велике значення має співпраця із судами, адвокатами,

нотаріусами, робота в режимі реального часу під наглядом викладачів.

Висновки. Перекладач, який працює під час судових процесів, повинен мати відповідну кваліфікацію та відповідати певним вимогам, які закріплені в Статті 71 Кодексу адміністративного судочинства України. Судовий переклад потребує не лише мовних знань, а й розуміння особливостей правових систем обох країн. Основні вимоги до перекладача під час здійснення судочинства включають: 1) володіння спеціальною юридичною термінологією; 2) гарні навички усного та письмового перекладу, які базуються на знанні теорії перекладу; 3) розуміння культурних відмінностей між різними правовими системами; 4) необхідні знання у сфері права щодо юридичних механізмів правового захисту; 5) дотримання судового етикету; 6) відповідальність, пунктуальність, надійність, емоційний інтелект, логічність, послідовність, неупередженість та стресостійкість перекладача. Дотримання цих вимог є обов'язковим, оскільки неправильне відтворення судової термінології мовою перекладу може спричинити юридичні непорозуміння або судові помилки.

Ефективна підготовка перекладачів, що забезпечують роботу судових процесів, має поєднувати філологічну та юридичну освіту, мовну компетенцію та практичні навички**.** Перспективу подальших досліджень убачаємо у вивченні особливостей підготовки судових перекладачів в університеті та розробці рекомендацій для підготовки висококваліфікованих спеціалістів у сфері юридичного перекладу.

Список літератури:

1. Proficiency in Legal English : навч. посіб. для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти / [уклад.: О. С. Частник, Л. О. Голубнича, О. Ю. Кузнецова та ін.]. Харків : Право, 2023. 160 с.

2. Бондаренко А. А. Проблематика перекладу юридичної термінології з англійської мови українською. *Проблеми розвитку гуманітарних наук в контексті глобальних трансформацій сучасного комунікаційного простору*: зб. мат. всеукр. наук.-практ. конф., м. Харків, 2019. С. 34–41.

3. Войтко Т. Порівняльний аналіз вживання англійської та української юридичної термінології суддями під час судового засідання. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом*. Філологія. Випуск 2 (7), 2023. С.12 –17.

4. Громовенко В. В., Одінцова О. О., Сологуб Л. В. Сучасні стратегії перекладу англомовного юридичного дискурсу. *Академічні студії*. Серія «Гуманітарні науки», Вип. 1. 2022. С. 140–146.

5. Дуднік Г. С., Оришич Д. Л. Проблеми перекладу юридичної лексики й термінології. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Філологія. № 43 том 5. 2019. С. 56–58.

6. Кодекс адміністративного судочинства України від 06.07.2005 № 2747-IV. URL: https://kodeksy.com.ua/kas.htm (дата звернення 19.02.2025).

7. Логінова Л.В., Осадча М.О. Особливості перекладу англійської юридичної термінології. *Закарпатські філологічні студії*. Випуск 21. Том 2. 2022. С. 73–77.

8. Одінцова О. О., Кармазіна К. Ю. Національно-культурні аспекти перекладу юридичного тексту. *Нова філологія.* (89). 2023. С. 180–185.

9. Радецька С. Юридичний дискурс та переклад: вплив сучасних тенденцій на усталені норми. *Актуальні питання гуманітарних наук*. № 35. Т. 7. С. 142–147.

10. Ходаковська О. О. Англомовний законодавчий дискурс: граматичні особливості перекладу. *Наукові записки*. Серія: Філологічні науки / Ніжин. держ. ун-ту ім. Миколи Гоголя. Ніжин, 2013. Кн. 3. С. 155–159.

11. Ходаковська О.О. Стратегії перекладу англомовного юридичного дискурсу. *Закарпатські філологічні студії*. 2020. Вип. 13. Т. 3. С. 61–65.

Voskoboinyk V. I., Shpak M. V., Dzekun Yu. O. PECULIARITIES OF THE TRANSLATOR'S WORK IN COURT PROCEEDINGS IN UKRAINE

The article examines the peculiarities of a translator's work in the area of legal protection by identifying the requirements to the translation during judicial proceedings of administrative, civil and economic areas of lawsuit. The objectives of the article are to determine the legislative norms for the translation of judicial proceedings in Ukraine, to identify the features of the judicial proceedings language that a translator must possess and to determine the requirements to a translator's activities during lawsuit. A translator providing some services during judicial proceedings must have the appropriate qualifications and meet the requirements set forth in Article 71 of the Code of Administrative Judicial Procedure of Ukraine. A translator is appointed on the initiative of the court or at the request of a party to the case. The main duties of a translator during judicial proceedings include interpretation in court and written translation of court decisions, claims, agreements and testimonies, which must be carried out in accordance with the legal norms of the country. A translator

must be fluent in two languages (Ukrainian and foreign). The main requirements for a court translator include knowledge of special legal terminology, excellent interpretation and translation skills based on comprehension of various aspects of translation theory, understanding cultural differences between different legal systems, knowledge of the law necessary to understand the mechanisms of legal protection, compliance with court etiquette, as well as responsibility, punctuality, reliability, emotional intelligence, logic, consistency, impartiality and stress resistance. Compliance with these requirements is mandatory, since incorrect reproduction of court terminology during translation can cause legal misunderstanding and judicial errors. Effective training of court translators should combine legal education, language competence and practical skills.

Key words: *court process, lawsuit, court etiquette, legal terminology, term, equivalent, translation.*

УДК 81’373.46+81’42
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/06

Олійник О. С.
Центральноукраїнський державний університет імені Володимира Винниченка

ДУПЛЕТИ ТА ТРИПЛЕТИ В АНГЛОМОВНИХ ЮРИДИЧНИХ ТЕКСТАХ ЯК ПРОБЛЕМА ПЕРЕКЛАДУ

У статті з’ясовано й описано особливості перекладу англійських юридичних дуплетів і триплетів у мовній парі «англійська – українська мови». Проаналізовано історичні, семантичні та прагматичні аспекти цих терміносполучень, їхні функції в юридичних текстах, а також особливості їх відтворення в міжсистемному перекладі. Виникнення юридичних дуплетів і триплетів зумовлено впливом латини та французької мов у середньоанглійському періоді, коли укладачі англійських юридичних текстів використовували одночасно французькі й англосаксонські варіанти термінів із подібним значенням, а латинські юридичні терміни в перекладі передавались двома словами – одним із латинським, іншим із англо-саксонським коренем, що спочатку забезпечувало точність перекладу, а згодом набуло риторичного характеру. У семантичному аспекті дуплети й триплети уособлюють синонімічне повторення двох і більше термінів-складників, які зазвичай мають різну етимологію, здебільшого поєднуються сполучником ‘and’ і тлумачаться як один термін, що передає єдине поняття. У функціональному аспекті використання синонімічних сполук замість одного терміна пояснюється принципами «превентивного права» в системі англійського загального права, яке спрямоване на уникнення майбутніх судових спорів через створення текстів, які деталізують юридичні поняття за допомогою синонімічних засобів. У міжсистемному юридичному перекладі в мовній парі «англійська – українська мови» семантичні й функціональні особливості дуплетів і триплетів, а також відсутність прямих еквівалентів у правовій системі цільової мови й необхідність адаптації змісту відповідно до юридичних норм українського права зумовлюють труднощі. Віднаходження еквівалентів здійснюється у процесі дефініційно-компонентного аналізу визначень кожного із складників дуплета або триплета. У разі повної синонімії можна підібрати один еквівалентний термін; за наявності відмінностей у відтінках значень можливий вибір двох складників із застосуванням семантичної модуляції значення та перефразування.

Ключові слова: *юридичні дуплети, триплети, синонімія, англійська юридична мова, міжсистемний юридичний переклад.*

Постановка проблеми. Характерною ознакою англійської юридичної мови (a distinctive feature of legal language) є вживання сполук або ланцюжків (word strings) із двох (дуплети/doublets) або трьох (триплети/triplets) слів, які належать до однієї частини мови й пов’язані семантичною єдністю [13, с. 130]. Дуплети й триплети використовуються в англомовних юридичних текстах у п’ять разів частіше, ніж у інших стилях прози [14, с. 125]. Такі вирази вважаються семантичною надлишковістю в означених текстах [22, с. 38], адже, зазвичай, їхні компоненти пов’язані синонімічними відношеннями. Терміни вважаються синонімами, якщо їх можна взаємозамінно використовувати в усіх контекстах, а квазі-синонімами – якщо вони позначають поняття з «майже ідентичними» характеристиками і є взаємозамінними лише в окремих контекстах [9, с. 92]. Юридичні синоніми становлять значну перешкоду для розуміння тексту й перекладу будь-якого виду юридичних документів [11, с. 54; 15, с. 70], особливо у випадку таких (квазі)синонімічних виразів, як дуплети та триплети, більшість із яких відсутні в спеціалізованих словниках або ж запропонований переклад є буквальним [5, с. 26]; в інших мовах аналогічні вирази можуть бути відсутніми. На підставі зазначеного вважаємо актуальним дослідницьким завданням з’ясування специфіки перекладу англомовних юридичних дуплетів і триплетів українською мовою, адже саме в цій мовній парі їхній потенціал перекладності (*translatability potential*; термін Н. В. Павлюк [23]) дотепер не знайшов вичерпного висвітлення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема синонімії в юридичній термінології в мовному та перекладознавчому аспектах висвітлювалась як у вітчизняних [2; 3; 18; 24 та інш.],

так і в зарубіжних наукових джерелах [5; 8; 9; 12; 13; 15; 19 та інш.].

Загальні лексичні особливості юридичної англійської мови достатньо повно описано в науковій літературі: архаїзми латинської, староанглійської, та французької мов; формалізм і ритуальні слова та вирази; семантична надлишковість (дуплети та триплети); однозначність (технічні слова) та двозначність (загальні слова з незвичайними значеннями); розпливчастість (пароніми, гіпоніми, метафори) [22, с. 38]. У процесі перекладу саме ці риси створюють перешкоди, які перекладач повинен сприймати як невід'ємну частину англійської юридичної термінології [там само].

Англійські юридичні дуплети і триплети як явище внутрішньосистемної синонімії уособлюють синонімічне повторення (synonymous repetitions) двох або більше термінів-складників, які зазвичай мають різну етимологію, здебільшого поєднуються сполучником '*and'* (тому розглядаються як підтип біномів), сприймаються як ціле й тлумачаться як один термін, який передає єдине поняття (a single term evoking one concept) [9, с. 100], наприклад: *bind and obligate; cease and desist; deem and consider; grant, bargain, and sell*; *right, title and interest; bear, sustain or suffer* тощо. В англомовній юридичній літературі вони також позначаються як synonym strings (низки синонімів), coupled synonyms (парні синоніми), synonymical chains (синонімічні ланцюжки) тощо.

На часі дуплети та триплети вважаються історичними артефактами в англійській юридичній мові (legal English), на яку значний вплив здійснили латина та французька [6, с. 5]. Починаючи з нормандського завоювання (Norman Conquest) укладачі англійських юридичних текстів вживали як французький, так і англосаксонський варіанти термінів з еквівалентними значеннями [7, с. 87]. В англійських перекладах латинських юридичних текстів у середньоанглійському періоді часто латинські терміни перекладались двома словами: з латинським і англо-саксонським коренями [там само, с. 87]. Така практика пояснювалась потребою ясності в перекладі, пізніше – риторичними потребами [9, с. 100]. Преференція використання синонімічних сполук замість одного терміна зумовлювалась також так званим «превентивним правом» в системі загального права (common law), спрямованим на запобігання майбутнім судовим спорам шляхом укладання всеохоплюючих (all-inclusive) текстів з метою передбачення усіх можливих конфліктних ситуацій або суперечок [11, с. 78], деталізації змісту юридичних документів, що на лексичному рівні забезпечувалось великою кількістю синонімічних засобів.

Дослідниця С. В. Владика синтезувала п'ять основних прагматичних функцій дуплетів у сучасних англомовних юридичних документах: вони виконують роль маркера стилю; сприяють точності, конкретизуючи наміри сторін; застосовуються як інструмент виразності, акцентуючи певні положення; забезпечують всеохоплюючий характер та інклюзивність положень; реалізують функцію, яку жоден із їхніх компонентів окремо виконати не може [24, с. 30]. Визначено також і синтаксичні функції дуплетів: найчастіше вони виконують роль обставин (47,7%); інші функції охоплюють: підмет, додаток та присудок [14, с. 124].

Слід відмежувати поняття «дуплет» від засобу, відомого як «гендіадис» (англ. *hendiadys* від грецьк. «*одне через два*»), коли єдина складна ідея виражається за допомогою двох слів (зазвичай іменники або прикметники), з'єднаних сполучником (зазвичай «і») [7, с. 89]. Оскільки гендіадис також передає єдину ідею через два слова, суди можуть тлумачити такі вирази як єдине юридичне поняття, а не дві окремі вимоги, напр.: *cease and desist* (припинити й утриматися) часто означає повне припинення будь-яких дій, а не просто їхнє призупинення [там само]. Цей прийом поширений у терміносистемах законів, договорів. Хоча гендіадис і юридичний дуплет складаються з пари слів, вони функціонують по-різному: гендіадис може спростити юридичне тлумачення й полегшити доказування вини; на противагу, дуплет посилює значення виразу через надлишковість засобів вираження.

В аспекті перекладу в парі мов «англійська – українська» слід взяти до уваги, що дуплети та триплети не властиві для української юридичної мови, що зумовлює труднощі їхнього відтворення в цільовій (українській) мові.

Право та юридична мова є системозалежними (system bound), тобто вони відображають історію, еволюцію, культуру й передусім право конкретної правової системи [11, с. 192]. Англійська юридична мова обслуговує систему загального права (common law), до якої входять англомовні країни (Сполучене королівство, США, Австралія, Нова Зеландія, Канада), а також деякі колишні колонії Англії в Африці та Азії [16, с. 97]. Країни континентальної Європи, у тому числі й Україна, належать до системи цивільного права (романо-германського права; statute law). Переклад у мовній

парі «англійська – українська» є міжсистемним, за класифікацією Л. Біль (Biel), оскільки слід враховувати не лише особливості двох мов, а й особливості двох правових систем [8, с. 78].

Під час перекладу юридичних текстів, які обслуговують різні правові системи, саме спорідненість цих систем, а не спорідненість вихідної і цільової мов, визначає рівень перекладності правових понять [17, с. 57]. Потенціал перекладності (translatability potential) розглядається як поняття, залежне від мовної пари й визначається наявністю подібних юридичних концептів (понять) у правовій системі мови перекладу, еквівалентних термінів у цій мові та інших чинників [23, с. 2429].

А. Коцбек (Kocbek), яка вивчала комерційні договори, укладені англійською, словенською та німецькою мовами, вважає, що у процесі перекладу такі тексти слід тлумачити як культуреми, тобто формалізовані явища, які соціально, юридично та судово закріплені в певній формі та виконують конкретну функцію в тій чи іншій культурі [16, с. 73].

Текст як культурема охоплює екстралінгвальний (обсяг і зміст договору, зумовлені вимогами або практиками відповідного законодавства) та лінгвальний (лексичний, синтаксичний, прагматичний, стилістичний) меметичні рівні, тобто способи передачі й відтворення інформації в тексті мовними засобами відповідно до культурних і функційних конвенцій [там само, с. 73]. У системах загального права приділяється набагато більше цілеспрямованої уваги буквальному змісту юридичних текстів, де кожне слово має власну вагу; вони побудовані за принципом покрокової конструкції та мають містити всі дані, необхідні для їх тлумачення та застосування [21, с. 22]. Тоді як у системах цивільного права зазвичай звертаються до зовнішніх чинників (законів) у випадках, якщо текст містить неоднозначності або потребує інтерпретації [там само, с. 23].

У перекладознавчій літературі відсутній єдиний підхід до таксономії лексичних перекладацьких трансформацій [див.: 1, с. 38–54]. У випадку синонімічних рядів, дублетів і триплетів в англомовному юридичному тексті, дослідниця М. Хрома (Chromá) пропонує перекладати сполуки з повністю ідентичним значенням одним терміном, якщо в цільовій правовій системі відсутні термінологічні синоніми [12, с. 42–43]. Коли в певних юридичних контекстах існують незначні відмінності (часткова синонімія), доцільно використовувати один еквівалент у мові перекладу, якщо в цільовій правовій системі немає подібних синонімів [там само, с. 43]; в окремих випадках перекладач змушений вдаватися до перефразування дуплета, напр.: сполуку *does not restrict nor limit* можливо перекласти як «не обмежує жодним чином» (*does not restrict in any manner*) [там само, с. 43–44].

Постановка завдання. Мета статті полягає у з'ясуванні й описі особливостей перекладу англійських юридичних дуплетів і триплетів шляхом аналізу характеристик, які зумовлюють їхній потенціал перекладності в мовній парі «англійська – українська мови». Об'єктом дослідження обрано семантичні структури дуплетів і триплетів, а предмет охоплює специфіку віднайдення українських відповідників для означених англійських юридичних терміносполук.

Виклад основного матеріалу. Згідно з нашим розумінням, український перекладач англомовного юридичного тексту повинен розглядати такий текст як культурему, визначаючи на лексичному меметичному рівні, які елементи повторюються й передаються відповідно до культурних і функціональних традицій вихідної правової системи в порівнянні з цільовою правовою системою. У випадку дуплетів і триплетів в англійському вихідному тексті слід визначити, чи є вони єдиною смисловою одиницею, чи значення їх конституентів відрізняються [15, с. 77]; також необхідно визначити ступінь сталості й ідіоматичності (the degree of fixedness and idiomaticity) синонімічних складників і, зрештою, з'ясувати, чи виконують такі лексичні одиниці якусь функцію [там само, с.77]. Синонімічні ланцюги слід розбити на окремі компоненти та з'ясувати значення кожного з них: якщо їхні значення повністю або частково синонімічні, то при перекладі цільовою мовою можна передати лише частину синонімів; якщо ж значення компонентів не збігаються, слід їх врахувати у відтворенні засобами цільової мови [15, с. 79].

Розглянемо особливості українських відповідників для англійських юридичних дуплетів шляхом семантичного аналізу їхніх складників, щоб визначити доцільність врахування значення обох елементів або, за потреби, семантичної модуляції значення в мові перекладу. Так, у складі дуплету *perform and discharge* (варіант *perform or discharge*) компонент *discharge* означає «звільнення від зобов'язань у будь-який спосіб» (any method by which a legal duty is extinguished). Згідно з Black's Law Dictionary [10], *performance* має значення «виконання договірних зобов'язань і звільнення сторін від таких зобов'язань у подальшому»

(the successful completion of a contractual duty, usu. resulting in the performer's release from any past or future liability). Відтак, вважаємо *discharge* гіперонімом, а *perform* – гіпонімом, який вказує, у який спосіб відбувається таке звільнення від зобов'язань – саме внаслідок виконання умов договору, а не іншими способами (неможливість виконання договору через форс-мажорні обставини, розірвання договору тощо). Звідси, еквівалентним перекладом дуплета *perform and discharge* має бути колокація, яка відображає і сему «звільнення від договірних зобов'язань», і сему «спосіб звільнення від договірних зобов'язань», тобто «належне виконання договору й звільнення від договірних зобов'язань» або «звільнення від договірних зобов'язань унаслідок належного виконання договору».

Для правильного перекладу окремих дуплетів потрібно враховувати контекст, наприклад, в договорі слід звернутися до розділу з визначеннями термінів. Проілюструємо такий підхід на прикладі дуплету *due and payable*, який має таку дефініцію в договорі: ***Due and payable*** *means an amount* ***due and payable*** *in accordance with the contract* [https://www.lawinsider.com/dictionary/due-and-payable]. Перший компонент *due* (= *owing or payable; constituting a debt*) [10] означає будь-яку суму, яку особа зобов'язана сплатити, незалежно від того, чи настав час платежу; *payable* (a sum of money that is to be paid) [10] означає борг, який підлягає сплаті згідно з юридичними зобов'язаннями. У цьому випадку значення *due* та *owing* збігаються, і дуплет можна перекласти як «сума, яка підлягає сплаті», що в повному обсязі передає юридичне значення, закладене в дефініції.

В іншому договорі для *due and payable* подано таку дефініцію: ***Due and payable*** *means "must be paid now".* Тут *due* означає «зобов'язання, яке необхідно виконати негайно» (immediately enforceable), а відтак коректним українським відповідником для *due and payable* вважаємо колокацію «підлягає негайній сплаті».

У договорі про виконання податкових зобов'язань *due and payable* вжито в контексті нарахування пені у випадку несвоєчасної сплати податків: "***Due and payable*** *means … the Date upon which … Taxes… begin accruing fees"*, тому цей дуплет можна перекласти як «день граничного строку сплати».

У перекладі англійських дуплетів українською мовою слід уникати плеоназму. Так, для сполуки *sole and exclusive* відповідник «єдиний і виключний» вміщує надлишковий компонент – «виключний». В українській мові лексема «виключний» має декілька значень: «1) який становить виняток серед загальних правил; винятковий; 2) який поширюється тільки на кого-, що-небудь; єдиний». У положенні договору *A sole and exclusive remedy clause* сторони вказують конкретні засоби правового захисту, доступні за умовами договору. У цьому контексті *sole* і *exclusive* – повні синоніми, тому замість «єдиний і виключний засіб правового захисту», коректним відповідником вважаємо «єдиний засіб правового захисту», в якому усунено плеоназм. Речення "*X is a sole and exclusive property of a company"* слід перекласти: «*X повністю належить компанії*».

У договірному праві дуплет *cancelled and set aside* може вживатися, коли йдеться про припинення договірних зобов'язань, однак важливо розуміти, у який спосіб такі зобов'язання припиняються. Термін *cancel* має юридичне значення *to terminate a promise, obligation or right.* Фразове дієслово *set aside* вживається у контексті, коли мова йде про анулювання (annul) договору судом (of a court). *Annul* означає, що щось визнається недійсним, таким, що не має юридичної сили: to declare or make legally invalid or void. У Цивільному кодексі України [4] відсутній термін «анулювання договору», однак суд може «визнати правочин (договір) недійсним» (ст. 215 Недійсність правочину). У англомовних контекстах *cancel* може подаватися в дужках після *set aside* (напр., How to Set Aside (Cancel) a Separation Agreement), що свідчить про взаємозамінність цих двох дієслів. Українським відповідником *cancelled and set aside* обираємо «визнати недійсним», оскільки у випадку визнання судом договору недійсним він вважається таким, що не існував від самого початку, і тому сторони не мають зобов'язань одна перед одною.

Розглянемо специфіку перекладу юридичних триплетів на прикладі сполуки *give, devise and bequest.* У британській англійській *bequest* традиційно використовується на позначення передачі у спадок рухомого майна (the act of giving property (usu. personal property) by will), а *devise* – нерухомого майна (gifts of real property). У словниковій статті Black's Law Dictionary [10] до дієслова *devise* зазначено, що в американській англійській термін *devise* має ширше значення й тлумачиться як передача у спадщину будь-якого майна. Відповідно, вважаємо компонент *give* у триплеті *give, devise and bequest* гіперонімом, а *devise and bequest* –

гіпонімами, які уточнюють, який саме вид майна передається у спадок (для брит. англ.). Згідно з цим міркуванням, щоб не наводити в тексті перекладу гіперонім поруч із гіпонімами й уникнути дублювання, можливо перекласти *give, devise and bequest* гіперонімом «передавати (у спадок)».

Юридичний триплет *defend, indemnify, and hold harmless* часто зустрічається в так званому indemnity clause (клауза про відшкодування) ліцензійної угоди з кінцевим користувачем, тобто положенні у якому йдеться про обов'язок ліцензіата по відношенню до ліцензіара у випадку пред'явлення останньому претензій або подання позову третьою стороною. Пошук українського відповідника в процесі перекладу передбачає з'ясування значення кожного зі складників триплета.

Перший компонент *defend* має юридичне значення «забезпечити судовий захист». Для *indemnify* Black's Law Dictionary [10] подає такі значення: "1) to reimburse (another) for a loss suffered because of a third party's or one's own act or default; 2) to promise to reimburse (another) for such a loss". Згідно з цим, *indemnify* означає відшкодування понесених збитків або обіцянку відшкодувати будь-які збитки ліцензіару, які будуть понесені в майбутньому. У цьому контексті українським відповідником дієслова *indemnify* є «гарантувати відшкодування збитків», тобто гарантування компенсації будь-яких витрат, як реальних, так і потенційних.

Колокація *hold harmless* означає "*to absolve (another party) from any responsibility for damage or other liability"* [10]. Звільнення сторони від відповідальності реалізується у вигляді відшкодування завданих збитків або здійснення виплат за будь-якими іншими зобов'язаннями, тому *indemnify* і *hold harmless* можна вважати синонімами. Black's Law Dictionary [10] також подає терміни *indemnity clause* і *hold-harmless clause* як синоніми: "a contractual provision in which one party agrees to answer for any specified or unspecified liability or harm that the other party might incur". У деяких штатах США вимагається, щоб особа, яка відшкодовує збитки (відшкодувач), захищала особу, яка має право на відшкодування збитків (бенефіціара). Наприклад, у коментарі до законів штату Оклахома щодо положення про відшкодування збитків зазначено: якщо в договорі не передбачено протилежного наміру, відшкодувач зобов'язаний на вимогу бенефіціара захищати інтереси останнього у випадку, наприклад, судового позову: *The person indemnifying is bound, on request of the person indemnified, to defend actions or proceedings brought against the latter in respect to the matters embraced by the indemnity; but the person indemnified has the right to conduct such defense, if he chooses to do so* [20]. Іншими словами, сторона, яка відшкодовує збитки, зобов'язана залучати адвокатів, фінансувати захист або відшкодувати витрати потерпілої сторони, якщо вона вирішить самостійно захищати свої інтереси. Обов'язок захищати виникає з моменту пред'явлення претензії до одержувача відшкодування. Отже, якщо *defend* означає «забезпечити судовий захист», а синоніми *indemnify and hold harmless* можливо перекласти «гарантувати відшкодування збитків», то українським еквівалентом триплету *defend, indemnify, and hold harmless* вважаємо «забезпечити судовий захист і гарантувати відшкодування збитків».

Висновки. Англійські юридичні дуплети та триплети, тобто синонімічне повторення двох або більше термінів-складників із різною етимологією (зазвичай, англо-саксонською, латинською або французькою), які сприймаються як один термін, що вербалізує єдине поняття, уособлюють специфічну рису англійської юридичної мови. Як історичні артефакти, які створюють семантичну надлишковість, дуплети й триплети виконують низку прагматичних функцій у сучасних англомовних юридичних текстах системи загального права: уточнення змісту, запобігання юридичним колізіям і підвищення формальної точності текстів. В українській юридичній мові аналогічні структури відсутні, що спричинює труднощі перекладу в мовній парі «англійська – українська мови». Оптимальні стратегії відтворення англійських дуплетів і триплетів у українських перекладах юридичних текстів охоплюють, зокрема, вибір єдиного еквівалента в разі повної синонімії конституентів таких сполук у вихідній мові, семантичну модуляцію значення або перефразування для збереження юридичної точності в цільовій мові.

Перспективним напрямом подальших досліджень вважаємо розширений аналіз міжсистемного перекладу українською мовою англійських юридичних синонімів і професіоналізмів у різних текстах цивільного права.

Список літератури:

1. Карабан В. І. *Переклад англійської наукової і технічної літератури*. Ч. 2. Лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні труднощі. Вінниця, 2001. 303 с.

2. Коротка Н. В. Проблема синонімії в перекладі юридичних текстів англійської мови під час навчання студентів немовних вишів. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2021. № 79, Т. 1. С. 119–123. DOI: https://doi.org/10.32840/1992-5786.2021.79.1.24

3. Сковронська І. Ю., Юськів Б. М. Особливості смислової синонімії термінів в англо-українському юридичному дискурсі. *Соціально-правові студії*. 2020. Вип. 2 (8). С. 166–171.

4. *Цивільний кодекс України***:** Закон України від 16 січня 2003 р. № 435-IV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15 (дата звернення: 18.02.2025).

5. Árbol E. I. Quasi-synonym doublets, triplets and quadruplets within British and North American digital powers of attorney: Analysis and translation proposal. *Revista de Llengua i Dret*. 2014. No. 61. P. 26–46. DOI: 10.2436/20.8030.02.52.

6. Baker J. H. The Three Languages of the Common Law. *McGill Law Journal*. 1998. Vol. 43. P. 5–24.

7. Bennion F. A. R. (2009). *Understanding common law legislation: drafting and interpretation*. New York. 237 p.

8. Biel Ł. Researching Legal Translation: A multi-perspective and mixed-method framework for legal translation. *Revista de Llengua i Dret*. 2017. No. 68. P. 76–88. DOI: 10.2436/rld.i68.2017.2967

9. Biel Ł. Variation of legal terms in monolingual and multilingual contexts: Types, distribution, attitudes and causes. *Handbook of Terminology. Vol. 3. Legal Terminology*. / Łucja Biel, Hendrik J. Kockaert. Amsterdam/ Philadelphia, 2023. P. 90–123. DOI: https://doi.org/10.1075/hot.3.var1.

10. *Black's Law Dictionary*. Bryan A. Garner, editor in chief. 11th Edition. St. Paul, MN, 2019. 2075 p.

11. Cao Deborah. *Translating Law.* Clevedon, 2007. 208 p.

12. Chromá M. Synonymy and Polysemy in Legal Terminology and Their Applications to Bilingual and Bijural Translation. *Research in Language*. 2011. 9(1). P 31–50. DOI: https://doi.org/10.2478/v10015-011-0004-2

13. Goźdź-Roszkowski S., Pontrandolfo G. Legal Phraseology Today: Corpus-based Applications Across Legal Languages and Genres. *Fachsprache*. 2015. No. 3–4. P. 130–138.

14. Gustafsson M. The syntactic features of binomial expressions in legal English. *Text – Interdisciplinary Journal for the Study of Discourse.* 1984. Vol. 4, no. 1-3. P. 123–142. URL: https://doi.org/10.1515/text.1.1984.4.1-3.123

15. Klabal O. Synonyms as a Challenge in Legal Translation Training. *Bialystok Legal Studies.* 2022. Vol. 27, no. 4. P. 69–82.

16. Kocbek A. The Decalogue of Legal Translation – Contracts in Intercultural Legal Communication. *CLINA*. 2015. Vol. 1–1. P. 71–86.

17. Kocbek A. The Challenges of Intercultural Legal Communication. International Journal of Economics and Management Sciences. 2008. Vol. 1, no.1. P. 5–71.

18. Lytvynko O. A.The phenomenon of synonymy in modern English legal terminology system. *International Humanitarian University Herald. Philology*. 2023. P. 57–60. DOI:10.32782/2409-1154.2023.63.12.

19. Matulewska A. Semantic Relations between Legal Terms. A Case Study of the Intralingual Relation of Synonymy. *Studies in Logic, Grammar and Rhetoric*. 2016. Vol. 45, no. 58. P. 161–174.

20. *Oklahoma Statutes Annotated.* Title 15. Contracts. Chapter 10. Indemnity. URL: https://surl.li/whukvu (дата звернення: 17.02.2025)

21. Orts Llopis M. Á. The untranslatability of law? Lexical differences in Spanish and American contract law. *European Journal of English Studies*. 2007. 11(1). P. 17–28. DOI: 10.1080/13825570601183179.

22. Orts M. Á. Legal English and legal Spanish: the role of culture and knowledge in the creation and interpretation of legal texts. *ESP Today*. 2015. Vol. 3. P 25–43.

23. Pavliuk N. V. A Potential of Legal Terminology to be Translated: The Case of 'Regulation' Translated into Ukrainian. *International Journal for Semiotics of Law*. 2023. No. 36. P. 2429–2454. DOI: https://doi.org/10.1007/s11196-023-10034-x

24. Vladyka S. A. Binomials in legal texts. *Слобожанський науковий вісник. Серія: Філологія.* 2023. Вип. 3. С. 28–31. DOI https://doi.org/10.32782/philspu/2023.3.5

Oliinyk O. S. DOUBLETS AND TRIPLETS IN ENGLISH LEGAL TEXTS AS A TRANSLATION ISSUE

The paper describes the peculiarities of translating English legal doublets and triplets in the English-Ukrainian language pair. It surveys the historical, semantic, and pragmatic aspects of these term combinations, their functions in legal texts, and the specificity of their reproduction in intersystem translation. The emergence of legal doublets and triplets was influenced by Latin and French during the Middle English period when English legal drafters simultaneously used both French and Anglo-Saxon variants of terms with similar meanings. Additionally, Latin legal terms in translation were often rendered with two words – one with a Latin root and the other with an Anglo-Saxon root – initially to ensure accuracy and later for rhetorical purposes. From a semantic perspective, doublets and triplets represent synonymous repetitions of two or more constituent terms, which typically have different etymologies, are predominantly joined by the conjunction 'and', and are interpreted as a single term evoking one legal concept. Functionally, the use of a synonymical chain instead of a single term is explained by the principles of "preventive law" in the English common law system, which aims to prevent future legal disputes by creating comprehensive texts that enhance legal precision through the use of synonymous expressions. In intersystem legal translation within the English-Ukrainian language pair, the semantic and functional characteristics of doublets and triplets, along with the absence of direct equivalents in the target legal system and the need to adapt content to the legal norms of Ukrainian law, pose challenges. The identification of equivalents is carried out through a definitional-component analysis of each constituent term within the doublet or triplet. If the terms are fully synonymous, translation with a single equivalent is possible; when there are slight differences in meaning, two components may be retained with the application of semantic modulation and paraphrasing.

Key words: *legal doublets, triplets, synonymy, legal English, intersystemic legal translation.*

УДК 81’253(045)
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/07

Стасюк Б. В.
Центральноукраїнський державний університет імені Володимира Винниченка

Нестелєєв М. А.
ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

ВИКОРИСТАННЯ НОВИННИХ РЕСУРСІВ У ПІДГОТОВЦІ УСНИХ ПЕРЕКЛАДАЧІВ

Цю статтю присвячено проблемі визначення місця новинних ресурсів у підготовці усного перекладача. Загальні знання, одним із джерел яких вони виступають, уже давно є невіддільними складовими усного перекладу – діяльності, що зазнає значних змін відколи народилася на початку XX століття. Протягом десятиліть науковці, практики та викладачі в галузі усного перекладу постійно наголошували на важливості загальних знань як під час вступних випробувань, так і в ширшому контексті підготовки усних перекладачів. Однак, попри загальновизнану важливість загальних знань у цій дисципліні, загальноприйнятого уявлення про те, чим є «загальні знання», досі не існує.

У статті розкрито протиріччя змісту й обсягу загальних знань, запропонованих в контексті підготовки перекладачів, об’єктивним потребам студентів. Часто їх підбір виявляється суб’єктивними і залежить від особистих поглядів окремо взятих викладачів. Кожен інструктор може мати власний підхід до того, що саме слід викладати, яким темам слід надавати пріоритет і які ресурси слід використовувати для підтримки навчання.

З’ясовано, що така нечіткість може створювати проблеми як для студентів, так і для дидактів. Відсутність типової навчальної програми залишає простір для різних інтерпретацій того, що є належною підготовкою для перекладачів-початківців. Отже, питання про те, які предметні сфери є найбільш корисними для вивчення студентами, залишається відкритим і залежить від індивідуального стилю викладання. Дехто включає в загальні знання широкий спектр історичних, культурних і політичних тем, тоді як для інших вони можуть бути більш вузько сфокусовані на конкретних галузях, як-от праві, економіці або науці. Така суб’єктивність може ускладнювати студентам усвідомлення того, що саме їм потрібно знати задля успіху в перекладацькій діяльності.

У світлі цих проблем у цій статті автори пропонують альтернативний підхід до визначення ядра загальних знань для студентів, котрі вивчають усний переклад. Зокрема, пропонують вважати основою загальних знань предмет і теми, які регулярно обговорюються в поточних новинах, і події, про які повідомляють журналісти та новинні платформи. Обґрунтування такого підходу полягає в тому, що теми, які висвітлюються в ЗМІ, часто відображають ключові сфери суспільного дискурсу і дають цінне уявлення про сучасні проблеми, тенденції та глобальні події. Зосереджуючись на новинному контенті, студенти можуть бути впевнені в актуальності інформації та в тому, що вони добре поінформовані щодо питань, які формують світ навколо них.

На додаток до цієї концептуальної основи, у статті також висвітлено низку практичних вправ, покликаних поглибити загальні знання через цілеспрямоване ознайомлення з поточними подіями. Ці вправи ретельно відібрані зі спеціальної літератури для підготовки усних перекладачів і покликані доповнити традиційні методи навчання. Залучаючи реальні теми, студенти можуть розвинути глибше розуміння мови та понять, з якими вони можуть зіткнутися в професійній діяльності усного перекладача.

Крім того, автори пропонують кілька новаторських принципів, які мають стати основою будь-якої системи вправ з використанням новин для покращення загальних знань. Ці принципи передбачають розвиток критичного мислення, заохочення до активної взаємодії з різними джерелами інформації та сприяння ширшому розумінню взаємозв’язків між глобальними подіями. Зрештою, задача дослідників полягала в тому, щоб надати слухачам інструментарій, необхідний для вільного орієнтування в складнощах сучасної комунікації на загальні теми

та здатності виконувати точний, контекстуально коректний усний переклад у реальних ситуаціях.

Ключові слова: *підготовка усних перекладачів, новини, загальні знання, загальна культура, вправляння.*

Постановка проблеми. Підготовка усних перекладачів зазвичай наражається на низку універсальних проблем, розв'язання яких не вписується у формальні та прямолінійні програми вищої освіти, що охоплюють курси, як лінгвістичні за своєю природою в цілому, так і суто перекладацькі за змістом. Ці проблеми варіюються від фізіології та нейробіології набуття навичок усного перекладача (наприклад, розвиток пам'яті або управління стресом) до деяких особистих якостей майбутніх фахівців усного перекладу, пов'язаних із загальним інтелектуальним розвитком та загальною культурою. Жодна з цих якостей не може бути формально отриманою в процесі обмежених у часі аудиторних занять, хоча деякі з них регулярно фігурують як попередні вимоги навіть для зарахування на навчання усному перекладу. Таким чином, викладачі усного перекладу стикаються з парадоксальною ситуацією, коли базові навчальні програми спеціальності, здавалося б, уникають будь-яких усталених елементів для підготовки якостей, необхідних для фахівців з усного перекладу.

Серед якостей усного перекладача, які важко піддаються стандартизації (як серед студентів, так і в практикуючих фахівців), що так чи інакше повинні культивуватися і навіть плекатися в освітньому процесі, можна назвати загальний інтелектуальний розвиток, представлений у спеціальній літературі широким спектром позначень: загальна культура, фонові знання, ерудиція, енциклопедична компетентність, універсалізм усного перекладача тощо. Видається, що це досить ефемерний конструкт, який значною мірою залежить від особистого уявлення викладача про те, що має входити до очікуваних «загальних знань» і як (якщо!) це можна опанувати безпосередньо на заняттях. Здається, ця тема недостатньо представлена в спеціальній літературі з дидактичної, методичної та педагогічної точки зору як в українській національній школі підготовки усних перекладачів, так і в трансатлантичному досвіді. Початок інформаційної епохи з її різким збільшенням кількості легко доступної інформації на початку 2000-х років і пізніше мало менший вплив на описані підходи до викладання «загальних знань» студентам-перекладачам, ніж можна було б очікувати.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як освітнє поняття концепція «загальних знань» (або ж їх синонімічні та похідні поняття) досить давно пронизала навчальні програми, зокрема в світлі стандартів підготовки усних перекладачів. Один із піонерів міжнародного конференц-перекладу Жан Ербер, автор одного з найперших посібників з усного перекладу «Le manuel de l'interprète» (1952), визнавав, що перекладачеві недостатньо мати навіть «дуже глибокі» знання з предмета, про який може йтися на публічному заході. Адже крім цього, він повинен мати надзвичайно широку загальну культуру, і «молодим перекладачам, яким її бракує, треба йти на всі необхідні жертви, щоб її здобути. У будь-який момент, за словами Ж. Ербера, незалежно від предмета обговорення, доповідач або конференція можуть перейти на дебати з абсолютно несподіваного питання. «Так, комітет статистиків може раптово зайнятися медичною, сільськогосподарською або залізничною технікою, з'їзд юристів – заглибитися в проблеми морського судноплавства або сталеливарної промисловості, а політична асамблея може обговорювати бюджет, міграцію чи будівництво гребель. І це не є чимось незвичайним, коли профспілкові збори автоперевізників обговорюють холодильні камери, хіміки – питання латинської граматики, а авіатори – техніку контролю за виконанням бюджету. Подібно до журналістів, дипломатів і політиків, усний перекладач повинен мати можливість говорити в будь-який час на будь-яку тему, але, на відміну від інших, він не отримує попередження і не може одержати інформацію в останню хвилину, а також не має можливості вибрати відповідний момент, коли він матиме говорити. Ідеальний перекладач мав би бути ходячою енциклопедією, постійно оновлюючи інформацію про все, що говориться і робиться в усіх видах людської діяльності. На практиці це, звичайно, неможливо, але сумлінний перекладач повинен невтомно працювати над досягненням цієї мети» [26, pp. 22–24].

У потребі усного перекладача володіти великою кількістю фактів, які виходять далеко за межі його компетенції в конкретній тематиці перекладу, ніхто і ніколи серйозно не сумнівався. Протягом десятиліть міжнародної практики досліджень і викладання усного перекладу ця думка регу-

лярно повторювалася: загальні знання повинні бути частиною професійних характеристик будь-якого професійного усного перекладача. Детальніше див. тут: 22, p. 19; 30, p. 274–284; 32, p. 106; 25, p. 42–53; 29, p. 25; 12, pp. 67, 73, 99 і т. д. Причиною такої уваги до немовбито ефемерного поняття й концепції полягає в самій суті усного перекладу, який є «*актом первинної і водночас остаточної продукції цільового повідомлення, що відбувається на основі одномоментного знайомства із вихідним повідомленням*» [40, p. 11]. Саме одномоментність знайомства з оригінальним текстом перешкоджає базовій можливості покращувати запропонований переклад чи його редагування за відсутності або недостатності фонової інформації в перекладача, накопиченої за час його попереднього досвіду.

Всебічний огляд галузевої літератури[1], де описано організацію та проведення випробувань на професійну придатність усних перекладачів, свідчить, що загальні знання більш-менш широко визнані як один із компонентів професійної компетентності та досвіду усного перекладача в Європі та Америці. Схоже, що це справедливо і для інших країн, принаймні для підготовки усних перекладачів у вищій школі Малайзії [11], КНР [36] та Республіці Китай (Тайвань) [10, p. 94].

Окрім педагогічних робіт і дидактичних досліджень, поняття «загальні знання» стало складовою частиною різноманітних освітніх та професійних стандартів. З вересня 2020 р. «тест на загальні знання» рекомендований як частина повного вступного іспиту в рамках освітнього консорціуму European Master in Conference Interpreting (EMCI), що підтверджується практикою Європейської комісії та Європейського парламенту. Сертифікаційний іспит Національного агентства з акредитації усних та письмових перекладачів Австралії (NAATI) передбачає, що «усні перекладачі повинні володіти високим рівнем загальних знань та знань про поточні події в різних галузях, що забезпечує основу для розуміння мови оригіналу та перекладу в різних предметних галузях» [37]. Предметна енциклопедія іншої професійної організації AIETI[2] стверджує, що «від потенційного усного перекладача також очікується наявність як загальних, так і спеціальних фонових знань» [49, p. 6]. У 2006 р. комітет із професійної підготовки Міжнародної асоціації конференц-перекладу (AIIC Training Committee) також висунув декілька пропозицій стосовно орієнтирів для підготовки і проведення сертифікаційних випробувань усних перекладачів («лінгвістична компетентність, загальні знання, зрілість, базові навички перемикання мовних кодів, винахідливість, вміння справлятися зі стресом тощо»), проте не запропонував способу та шкали, за якими вимірювати ці вміння в кандидатів (цит. за 48, pp. 33–34). Цікавий підхід до того, що вважати «загальними знаннями» присяжного перекладача, сповідують суди в США, чия Training & Certification Program передбачає наявність загальних знань у перекладача, що зіставні із щонайменше двома роками навчання в коледжі «a minimum of two years of college» [17, p. 9].

В Україні галузеві стандарти для усного перекладу все ще потребують прийняття. Відповідна професія не має окремого регулювання, як за такі не рахувати стандарти вищої освіти для рівнів бакалавра та магістра[3], згідно з якими не передбачено окремих компетенцій чи результатів навчання для усних перекладачів. Асоціація перекладачів України (АПУ/UTA) має власний стандарт кваліфікації та сертифікації усних перекладачів, який передбачає, що кваліфікаційний екзамен усного перекладача повинен виявляти «загальні, спеціальні і практичні знання», не уточнюючи, як їх розрізняти і оцінювати [6]. Також щойно, 07.02.2025 р. Українська асоціація перекладачів (UATI) ухвалила внутрішній стандарт професії «Усний перекладач», проте оприлюднений його проєкт не виділяє загальні знання, попри наявність окремих блоків загальних і міжкультурних компетенцій, якими повинен володіти усний перекладач [1, с. 10–11].

Необхідно підкреслити, що попри велику кількість посилань на загальні знання/культуру в численних першоджерелах, що стосуються підготовки усного перекладача (статтях, стандартах, посібниках тощо), не існує загальноприйнятого розуміння того, що включає в себе такі знання та/або культуру. Визнаючи нечіткість наявних визначень, Ізабель Колломбат все ж пропонує взяти до уваги дві внутрішні характеристики загальних знань: 1) воно представляє наш досвід, отриманий через взаємодію з реальним світом; 2), ці загальне знання регулярно розширюються через взаємодію в суспільстві, що робить їх культурно маркованими та пов'язаними із «загальною культурою» [14, p. 60].

Постановка завдання. Таким чином, ця стаття представляє особисті пошуки авторами деяких

[1] Напр., див 21, pp. 129–132.

[2] Піренейська асоціація перекладознавства.

[3] Див. відповідні накази МОН України №№ 869 та 871 від 20.06.2019 р. відповідно.

життєздатних методів постійного і наполегливого підвищення рівня «загальних знань» українських студентів-перекладачів у надлишковому інформаційному полі Інтернету та соціальних мереж.

Виклад основного матеріалу. Компоненти, з яких складаються ці загальні знання й культура, варіюються від дослідника до дослідника. Дехто при цьому залишається досить туманним у формулюваннях. Напр., Перес-Лусардо Діас зазначає, що кожному усному перекладачеві повинні бути притаманні «*широка загальна культура, знання світу, енциклопедичні та глибокі, а також постійний інтерес до поточних подій, що дозволяє нам контекстуалізувати повідомлення і таким чином розуміти його, прив'язуючи до попередніх знань*» [39, p. 105]. Деякі вчені навіть зараз дозволяють собі певну категоричність у висловлюваннях, стверджуючи, що студентам і практикам усного перекладу потрібно «зміцнювати свої загальні знання економіки, історії, права, міжнародної політики та загальнонаукових понять і принципів (**саме в такому порядку**) [вид. наше – Авт.]» [11] попри той факт, що **конкретне наповнення** загальних знань та способи їх формування й перевірки є предметом серйозного обговорення протягом багатьох років. Так, іще в 90-х рр. XX ст. Джон Доддс згадував: «Що стосується компонента загальних знань в екзамені на профпридатність, то мені дуже приємно бачити, що на круглому столі з досліджень усного перекладу, який відбувся минулого року в Трієсті, цей складник був визнаний найбільш суб'єктивним і найменш науковим з усіх, про що чітко заявили Лаура Ґран і Крістофер Тейлор у своїх заключних виступах: "У минулому колеги завжди приділяли значну увагу оцінці "знань студента про світ" (вони ж "фонові знання", "схема" тощо), і деякі учасники ставили це під сумнів. Один із викладачів, намагаючись з'ясувати, де встановити межі потенційних знань студента про світ, запитав, чи вимагатимуть екзаменатори від студента (а) знати, де розташовано Антверпен, (б) де розташовано Гвінею-Бісау і (в) обсяг валового національного продукту Гвінеї-Бісау за минулий рік. Прикро визнавати, але навіть викладачі, яких просили відповісти на ці запитання, виявилися неодностайними у своїх відповідях, і це свідчить про те, що не існує реальних параметрів для визначення того, що саме повинен знати майбутній усний перекладач. Тому ми дійшли рішення, що було б надзвичайно корисно сформулювати чіткіші, науково обґрунтовані межі цього питання, а не продовжувати покладатись на інтуїцію викладачів, які брали участь в опитуванні". Саме я був згаданим викладачем, і саме я ставив запитання, спеціально розроблене для того, щоб спровокувати неоднакові відповіді з боку екзаменаторів, а не тому, щоб їх дискредитувати. Нам потрібно говорити, що ми часто порушуємо фундаментальне правило екзамену, а саме – консенсус з боку екзаменаторів, чого саме ми очікуємо від кандидатів. Не можна розробляти екзамен, заснований на індивідуальних особливостях екзаменатора, який вважає, що молоді 20-річні люди повинні знати ВНП Гвінеї-Бісау, розрізняти прапори всіх країн світу абощо» [20, p. 20].

Попри те, навіть у наші дні викладачі усного перекладу й методисти пропонують перевіряти саме такі компетенції. Так, Шарка Тімарова й Гаррі Унгуд-Томас чітко показали, що загальні знання широко випробовують за різних обставин у межах щонайменше третини проаналізованих шкіл усного перекладу: як в співбесідах, так і на письмових екзаменах чи під час публічних виступів [48, p. 39][4]. Досвідченіші педагоги та практики усного перекладу, навпаки, намагаються уникати зайвої деталізації в цьому питанні: «перекладачам випадає стикатися з буквально нескінченним діапазоном тем. Базові навички потрібні одні й ті самі, але усний перекладач має величезне поле для роботи, тому повинен володіти широкими загальними знаннями та бути допитливим, завжди прагнути розширити свої загальні знання…» [28, p. 8].

Нам вдалося з'ясувати, що перекладознавці вважають будь-які загальні знання та/або культуру важливими для ефективнішої роботи усного перекладача. Цей факт відображено в деяких професійних стандартах з усного перекладу. Ми також побачили, що загальні знання та/або культуру часто рекомендують перевіряти під час **вступних** випробувань на перекладацькі програми або курси, що спеціалізуються саме з усного перекладу. Отже, наступним логічним кроком для дослідників і практиків у сфері підготовки усних перекладачів було би вирішити, чи потрібно *надалі* цілеспрямовано розвивати цю професійну якість зі студентами під час аудиторних занять і самостійної роботи. Якщо так, то як це *можна* і *потрібно* робити в сучасних умовах.

Огляд існуючих посібників та підручників з *навчання* усного та письмового перекладу[5] свідчить, що тема підвищення загальної обізнаності усного перекладача *як акцентованої навчальної*

[4] Ще один гарний огляд того, як перевірку загальних знань представлено в різних установах чи закладах та оцінено різними науковцями, можна знайти в М. Руссо [41].

[5] Напр., див. джерела: 2; 3; 4; 5; 7; 8; 9; 13; 14; 16; 19; 23; 27; 28; 31; 34; 35; 38; 39; 40; 42; 43; 45; 46 та 47.

діяльності здебільшого оминається, за рідкісними щасливими винятками (про які йтиметься нижче).

Загальна дидактична пропозиція щодо набуття загальних знань, здається, закликає до застосування сократівських методів: «допомагати студентам усвідомлювати те, що вони вже знають, задля розбудови своїх знань на міцному фундаменті й ставати достатньо впевненими в собі, щоб, як це не парадоксально, ставати ще пильнішими й вдатнішими до того, що Декарт називає "методичним сумнівом", дуже корисним інструментом для вирішення складних перекладацьких проблем» [14, p. 66]. Ендрю Ґілліс дає низку рекомендацій, орієнтованих на студентів, як досягти кращих загальних знань: 1) набратися терпіння (оскільки результати витрачених зусиль проявляться через кілька років), 2) виробляти звички, які здатні розширювати загальні знання так, щоб цей процес не здавався рутиною, 3) цікавитися всім на світі і 4) записувати знайдене в тематичних файлах або ментальних картах, щоб закріпити це в пам'яті і готувати підґрунтя для майбутньої роботи [24, p. 70].

Розлогіший список обов'язкових елементів для належної розробки процедури набуття (а також успішного засвоєння) загальних знань наводить Вероніка Маноле: плануйте свій курс, будьте допитливими, повертайтеся до шкільних підручників, шукайте поради в мережі, читайте книги із серії загальних знань, обирайте малоцікаві (а значить, найгірше відомі вам) теми, слідкуйте за обраними темами в соціальних мережах, читайте паралельні тексти на ті самі теми (наприклад, паралельні статті у Вікіпедії різними мовами) [33, p. 79].

Методологічна парадигма для викладачів в обох вищезгаданих випадках цілком зрозуміла, однак проблема того, *як* і *що саме* має бути зібрано, організовано і представлено в якості навчального матеріалу для підвищення рівня загальних знань, залишається відкритим питанням.

Таким чином, першочерговим педагогічним завданням, яке постає перед будь-яким викладачем при розробці курсу з усного перекладу, що включає загальноосвітній компонент, є конкретний склад цього самого «загальноосвітнього компонента». Яким він має бути: а) спланованим і структурованим чи б) спорадичним і еклектичним?

Спланований і структурований компонент загальних знань здається очевидним вибором, але такий підхід неминуче призведить до величезного обмеження доступних у часі тем. Як слушно зауважив Жан Деліль, «культуру неможливо засвоїти за один семестр» [18, p. 11]. Крім того, будь-які тематично структуровані завдання для розвитку *загальних* знань неминуче призводять до їхньої трансформації в *спеціалізовані*. Попри те Ендрю Ґілліс вважає, що це шлях до накопичення загальних знань: «читати галузеву, **спеціалізовану** літературу, щоб набути… **загальних** знань» [24, p. 46]. Інша проблема з конкретним вибором загальних тем полягає в тому, що вони неминуче відображатимуть суб'єктивні погляди викладача і можуть не відповідати реальним потребам студентів, чиї культурний та освітній рівні, а також широта світогляду можуть потребувати інших сфер інтересів[6]. «Вчитель повинен навчати так, щоб учні усвідомлювали не лише те, що вони знають – яким би тривіальним чи буденним це не здавалося, – а й те, що ***їхні знання є цінними та корисними***. Потім важливо створити сприятливу атмосферу в аудиторії, де учні могли би розвивати впевненість у собі і пильність завдяки викристалізуваним інтелектуальним набуткам» [14, p. 64]. Як показує професійний досвід, будь-які спроби структурувати загальну інформацію та подати її у вигляді блоків призводять до значного суб'єктивізму навіть у досвідчених викладачів. Так про свій досвід викладання блоків загальної інформації для студентів-усників розповідає Вероніка Маноле. Вони свідомо охоплювали астрономію, політичну географію Африки та Азії, економіку, право, історію XX ст., релігію, філософію, міфологію і, врешті-решт, історію науки, *свідомо* оминувши медицину та біологію. Проте вона зізнається, що навіть після цього структурованого підходу до розширення знань про світ вона та її студенти регулярно натрапляли на *абсолютно не знайомі їм* теми [33, p. 79].

Якщо компонент загальних знань характеризується як спорадичний та еклектичний, тоді він справді залишатиметься «загальним», а отже, більш хаотичним. Це буквально «непланований» матеріал. Одне з можливих рішень у рамках цього підходу – це *детальніше* обговорення та аналізу зі студентами текстів регулярних вправ. Наприклад, візьмемо випадкове завдання з реального посібника з усного перекладу, текст про туризм у Таїланді для перекладу на слух[7]. Інструкція до вправи обмежується власне задачею перекласти

[6] Не забуваймо, що згідно зі спостереженнями Лори Ґран і Крістофера Тейлора, будь-які спроби встановити об'єктивні критерії для загальних знань, що потребують обов'язкового засвоєння, мають мало спільного з науковим підходом [20, p. 20].

[7] Ut. 2, впр. 8 [4, с. 25].

текст з аркуша. У ньому є лише дві фонові реалії, пов'язані з цією країною (валюта *бат*, місто Паттая), які майже не дають суттєвої додаткової інформації загального характеру про неї, її політичний устрій, географію, економіку, тваринний світ тощо. Тому в якості домашнього завдання викладачі можуть запропонувати студентам заглибитися в основну інформацію про країну, включно з будь-якими нещодавніми важливими подіями, що становлять інтерес для них, і представити свої висновки на наступному занятті в дуже коротких англійських/українських доповідях або в групах, або перед усією аудиторією. Тепер інші студенти, виконавши домашнє завдання, будуть краще обізнані з цією конкретною країною та її поточними справами і зможуть виконувати послідовний переклад з достатніми та актуальними фоновими знаннями. З високою вірогідністю такий вид загальної інформаційної підготовки піде студентам на користь, оскільки Таїланд є популярною серед туристів країною. Водночас нам не вдалося знайти жодної загальнопедагогічної або методичної системи, яка би цілковито покладалася на випадковість джерела в рамках загальної інформаційної підготовки студентів-усників, і це, безумовно, свідчить про серйозні вади такого підходу.

Аналізуючи проблему віднаходження золотої середини в підборі структурованого загальноосвітнього матеріалу, який міг би об'єктивно знадобитися студентам-усникам щодня або майже щодня, ми дійшли висновку, що на практичному рівні ніщо не відповідає цим цілям краще, ніж **вивчення й дослідження поточного стану справ у світі на новинних ресурсів**. Саме це може лягти в основу систематичного набуття загальних знань на заняттях і забезпечити поглиблення актуальної фонової інформації, яку студентам буде легко в подальшому розширювати й масштабувати, об'єктивно корисну надалі й затребувану на практиці. Замість того, щоб покладатися на суб'єктивно обрані випадкові теми, які, як правило, зливаються зі галузевим усним перекладом у визначених сферах (банківська справа та фінанси, економіка, IT, право, медицина тощо), викладачі можуть дотримуватися щоденної рутини опрацювання новин задля формування справді загальних знань, необхідних пересічним слухачам, а не *псевдозагальних* (галузевих, фахових) знань, необхідних професіоналам у цих конкретних сферах.

Межа між загальними та спеціальними (галузевими, фаховими) знаннями, визначеними в рамках поточних новин та подій, **не є розмитою**, а навпаки – чітко проведена через ***регулярно повторювану*** лексику та фразеологію ***поточних і широко відомих подій***, особливо якщо вони відбуваються в глобальному або макрорегіональному масштабі. Під час пандемії COVID-19 біологічні знання, пов'язані з коронавірусним захворюванням, його лікуванням і профілактикою, та відповідна медична лексика (*asymptomatic – безсимптомний, booster shot – ревакцинація, cluster – осередок, droplet transmission – повітряно-крапельний спосіб передачі, outbreak – спалах, quarantine – карантин, ізоляція, social distancing – безпечна відстань, vector vaccine – векторна вакцина* тощо) перейшла зі сфери спеціальних знань у загальні. Під час широкомасштабного російського вторгнення в Україну військова термінологія і професійний жаргон (*безпілотник – UAV, drone, бомбосховище – bomb shelter, винищувач – fighter aircraft, головнокомандувач Commander-in-Chief, крилата ракета – cruise missile, окупація – occupation, ракетоносій – missile carrier, РСЗВ – MLRS* тощо) стали частиною щоденного життя в Україні й перейшли в категорію загальних знань, інформації, зрозумілої кожному громадянину країни та використовуваної у щоденній мовленнєвій практиці.

Можна вести дискусію про місце, де пролягає периферія загальних знань та їх межа у підготовці усного перекладача, але **знання та розуміння інформації, що лежить в основі контексту поточних новин та подій, безумовно, є їх ядром**. Ми можемо легко уявити собі професійного усного перекладача з прогалинами в знаннях про мистецтво чи астрономію, але майже неможливо уявити собі професійного усного перекладача, який стикається з труднощами в розумінні та перекладі текстів на теми актуальних новин.

Поточні новини та події динамічні й завжди актуальні, тому їх опрацювання – повсякденна рутина та обов'язок усного перекладача. На етапі навчання усного перекладача-початківця було б нераціонально з боку викладача уникати новин у щоденній практиці аудиторних занять або самостійній роботі.

Звернення до ідеї використовувати поточні новини в підготовці усного перекладача ми подекуди зустрічаємо і серед спроб окреслити «загальні знання» в інших дослідників. «Читання про одні й ті ж події різними мовами допомагає краще ознайомитись із відповідною термінологією і при цьому навчитись уникати пасток дослівного перекладу. **Це також покращує загальні знання**» [24, p. 86]. Цей підхід підтримують дослідники, практики та викладачі усного перекладу в статтях

і книгах із викладання усного перекладу, де значну увагу приділено розвитку загальних знань [24; 33; 44].

З метою активізації загальних знань та покращення мовленнєвої практики Ендрю Ґілліс пропонує студентам, що вивчають усний переклад, виконувати низку вправ, пов'язаних з опрацюванням матеріалів різних новинних видань. З усіх опрацьованих нами видань складений ним список є найбільш детальним і різноманітним каталогом вправ для розвитку загальних знань в усному перекладі:

- огляди новин та їх презентація в аудиторії залежно від країни/регіону походження раз чи двічі на тиждень;
- «відновлення контексту» (context re-introduction): аудиторний аналіз та обговорення заголовків новин у газетах з метою визначення, про що може бути новина, та пошук максимально відомого контексту; в подальшому цю вправу можна розвивати в короткий монологічний виступ-імпровізацію з представленням новини на основі її заголовку;
- заповнення прогалин, що виявляються в ході ознайомлення з текстом новини, що має нам довести обмеженість наших знань навіть у ситуаціях, «коли здається, ніби все зрозуміло»;
- знайомство з новинами із різних регіонів задля отримання різних кутів зору на новини в світі;
- укладання тематичних збірок газетних новин та відомостей на актуальні теми з метою створення «бази даних із різних важливих сфер»;
- укладання вокабуляру та глосаріїв слів на позначення, скажімо, різноманітних політичних інституцій на основі матеріалів ЗМІ (як-от *L'Élysée – Єлисейський палац, Palais de Luxembourg – Люксембурзький палац, Whitehall – Вайтголл, Krakowskie Przedmieście – Краківське передмістя* і т. д.);
- дослідження новин у множинних форматах;
- робота з газетами різних напрямків і жанрів (напр., «серйозні ЗМІ» і жовта преса);
- знайомство з паралельними текстами новин різними мовами та з різною політичною афіліацією або регіоном походження [24, pp. 60–62, 86–90, 100–103, 115, 120, 181, 217].

Беззаперечною перевагою такого підходу є широкий спектр і різноманітність вправ із детальним обґрунтуванням цілей, які вони переслідують, та способів їх виконання. Вправи також розподілені за широкими категоріями видів діяльності: практика говоріння, лексика і граматика, усний послідовний та синхронний переклад. Недолік підходу Ендрю Ґілліса полягає в тому, що вправи на основі новин не виділені в окрему підгрупу, натомість вони розпорошені серед величезного переліку інших лексико-граматичних вправ, завдань на слухання й говоріння та власне практики усного перекладу зі аналогічним статусом та ефективністю.

Нижче ми пропонуємо додаткові рекомендації щодо роботи з новинними джерелами в процесі навчання усному перекладу в наш час.

Набуття загальних знань передбачає знайомство з новинними текстами шляхом ***читання*** і, зокрема, ***перекладу з аркуша***, оскільки в такий спосіб засвоєння інформації відбувається в надійніший спосіб (скажімо, сприйняття незнайомих власних назв на слух може бути оманливим і перешкодити подальшому їх запам'ятовуванню та відтворенню). Це означає, що подкасти й відеотрансляції в соцмережах мають меншу ефективність, ніж писемні джерела.

Новинні платформи в Інтернеті із їхніми відповідними сторінками в соцмережах слід вважати основним джерелом інформації. Вони мобільні, найбільш динамічні і дозволяють знайомитися зі своїми матеріалами «на ходу»: «Завжди важко знайти час для необхідної мовної практики, яка може вимагати сотні годин лише для підтримки свого рівня. Але вони вартують того, щоб знаходити на них час. Заведіть хорошу звичку, наприклад, слухати новини за сніданком, *брати з собою газету для читання або підбирати подкасти для прослуховування в громадському транспорті*» [24, p. 102].

Актуальні джерела новин для слухачів курсів усного перекладу повинні бути однаковою мірою представлені ***глобальними***, ***національними*** та ***(мікро)регіональними*** платформами. «Тест на знання поточних подій зосереджується на предметах та подіях […], які повинні бути знайомі кожному, хто стежить за основними міжнародними, регіональними та національними подіями, що відбулися за останній рік» [44, p. 112].

Новини та поточні події потрібно засвоювати ***всіма робочими мовами***. Це необхідно не лише заради мовної практики, але й для створення паралельних словників на схожі теми.

Тексти новин і поточних подій є актуальним і надійним джерелом для активного вдосконалення мови, оскільки містять ***найуживанішу загальну лексику, повторювані вирази та ідіоматику, алюзивні та метафоричні перифрази***, які легко розуміє якнайширша аудиторія, а отже, таку,

що повинна належати до активного словникового запасу усного перекладача.

Викладачеві усного перекладу належно складати ***список рекомендованих новинних сайтів*** на всіх рівнях: глобальні та міжнародні новини, національні новини та (мікро)регіональні новини. При їх відборі необхідно враховувати структуру та макет вебсайту. Дизайн стрічки новин на вебсайті має надзвичайно важливе значення, оскільки він може або полегшувати, або утруднювати її сприйняття. Коли заголовки новин на платформі доступні для попереднього перегляду разом з *лідом* (вступною частиною новини), тоді це зручне джерело для швидкого й ефективного перегляду всієї новинної стрічки з метою покращення загальної обізнаності та непідготованого перекладу з аркуша. У поєднанні з *лідом* заголовки, як правило, містять ключові слова та найважливіші власні імена чи реалії, що мають значення для розуміння новини пересічним читачем (і перекладачем!). Відтак навіть банальне читання та знайомство з новинною стрічкою без детального заглиблення в саму суть новини чи відповідного репортажу, здатне забезпечити мінімально необхідні фонові загальні знання актуальних подій.

Ще одна річ, яку не можна недооцінювати в процесі ознайомлення з новинами та поточними подіями на додаток до щоденної навчальної рутини студентів-усників – це те, що, опановуючи новини, студенти ***залучаються до суспільного та політичного життя***. Вони стають більш обізнаними про події навколо них на різних рівнях і мимоволі залучаються в громадянське суспільство. Регулярна робота з новинами та їх обговорення у різний спосіб значно розширює навички опрацювання джерел інформації, вміння розрізняти якісні та неякісні ЗМІ, а також – що є надзвичайно важливим у наш час! – навички боротьби з фейковими новинами та пропагандистськими джерелами. Можна навіть сказати, що на додаток до складання списків рекомендованих джерел новин, до обов'язків викладача входить надання ефективних рецептів того, як відрізнити фейкові новини та пропагандистські джерела від надійної та відповідальної журналістики.

Висновки. Ми розглянули та проаналізували загальні знання та культуру усного перекладача крізь призму поглядів науковців і практиків усного перекладу. Незважаючи на те, що це нечітко сформоване та визначене поняття, загальні знання/культура належать до невіддільного ядра перекладацьких компетенцій з самого початку виникнення повноцінної професії усного перекладача в минулому столітті. Відтоді науковці, практики та інструктори з усного перекладу широко обговорюють і доводять, що загальні знання повинні бути частиною вступних випробувань та навчання в цілому. Для цілей навчання усному перекладу універсальне визначення загальних знань все ще залишається невловимим, а їх фактичний склад – дуже суб'єктивним і залежним від особистих поглядів викладача та особистого вибору навчального матеріалу і джерел. У цій статті ми пропонуємо підхід, згідно з яким ядро загальних знань визначають теми поточних новинах та актуальна репортажистика на платформах новинних ресурсів. З широкого спектру спеціальної літератури, присвяченої підготовці усних перекладачів, відібрано низку вправ, спеціально призначених для поглиблення загальних знань. Крім того, важливо дотримуватися деяких базових принципів, названих у цій статті, які повинні лежати в основі будь-якої системи вправ із текстами новин для поглиблення загальних знань студентів, що вивчають усний переклад.

Список літератури:

1. Галузеві документи. Стандарт професії «Усний перекладач». *Українська асоціація перекладачів*. URL: https://surl.li/zcaoka (дата звернення: 17.02.2025).

2. Максимов С. Є. Усний двосторонній переклад (англійська та українська мови). Теорія та практика перекладу для студентів факультету перекладачів та факультету заочного та вечірнього навчання (+2 компакт-диски) : Навчальний посібник. Київ : Ленвіт, 2007. 416 с.

3. Нестеренко Н. М. A Course in Interpreting and Translation. Посібник для студентів та викладачів вищих навчальних закладів. Вінниця : НОВА КНИГА, 2004. 240 с.

4. Ольховська А. С. Синхронний переклад у суспільно-політичній сфері: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів за спеціальністю «Переклад» (англійська мова). Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2014. 156 с.

5. Семотюк О. Л. Усний переклад. Німецька мова : Навчальний посібник. Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2016. 188 с.

6. Стандарти галузеві. СТТУ АПУ 001-2000. *Асоціація перекладачів України*. URL: https://www.uta.org.ua/15.htm (дата звернення: 23.02.2025).

7. Черноватий Л. М. Методика викладання перекладу як спеціальності: Підручник для студентів вищих закладів освіти за спеціальністю «Переклад». Вінниця : Нова Книга, 2013. 368 с.

8. Швачко С. О. Проблеми синхронного перекладу. Навчальний посібник. Вінниця : Видавництво «Фоліант», 2004. 112 с.

9. Angelelli C. V. Revisiting the Interpreter's Role : A study of conference, court, and medical interpreters in Canada, Mexico, and the United States. Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2004. 125 p.

10. Arjona-Tseng E. A Psychometric Approach to the Selection of Translation and Interpreting Students in Taiwan. *Perspectives*. 1993. 1(1). P. 91–104. DOI: 10.1080/0907676X.1993.9961203 (дата звернення: 17.02.2025).

11. Ayob L. Issues in interpreting pedagogy. *International Journal of Interpreter Education*. 2010. Vol. 2, Issue 1. URL: https://citsl.org/issues-in-interpreting-pedagogy/ (дата звернення: 17.02.2025).

12. Chabasse C. Gibt es eine Begabung für das Simultandolmetschen? Erstellung eines Dolmetscheignungstests mit Schwerpunkt Simultandolmetschen. Berlin : SAXA Verlag, 2009. 217 s.

13. Chernov Gh. V. Inference and Anticipation in Simultaneous Interpreting. A probability-prediction model : Edited with a critical foreword by Robin Setton and Adelina Hild. Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2004. 266 p.

14. Collombat I. General Knowledge : a Basic Translation Problem Solving Tool. *Translations Studies in the New Millenium*. 2006. 4. P. 59–66.

15. Core Curriculum. *EMCI Interpreting*. Last modiefied September 10, 2020. URL: https://www.emcinterpreting.org/download/3422/ (дата звернення: 17.02.2025).

16. Corsellis A. Public Service Interpreting. The First Steps. Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2008. 186 p.

17. Court Interpreter Court Interpreter Training & Certification Program. New Judge Orientation. *National Center for State Courts*. March 2007. URL: https://surl.li/fuoyve (дата звернення: 17.02.2025).

18. Delisle J. Translation: an interpretive approach : Tr. by Patricia Logan and Monica Creery ; Foreword by Danica Seleskovitch. Ottawa : University of Ottawa Press, 1988. 125 p.

19. Diriker E. De-/re-contextualizing conference interpreting : interpreters in the ivory tower? Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2004. 221 p.

20. Dodds J. M. On the Aptitude of Aptitude Testing. *The Interpreters' Newsletter*. 1990. 3. P. 17–22.

21. Gambrell S., Lesch H. Interpreter Training : Devising a Model for Aptitude Testing for Simultaneous Interpreters. *Stellenbosch Papers in Linguistics Plus*. 2021. 61 (June). P. 127–49. DOI: 10.5842/61-0-921 (дата звернення: 17.02.2025).

22. Gerver D., Longley P., Long J., Lambert S. Selecting trainee conference interpreters : A preliminary study. *Journal of Occupational Psychology*. 1984. 57. P. 17–31. DOI: 10.1111/j.2044-8325.1984.tb00144.x (дата звернення: 17.02.2025).

23. Gile D. Basic concepts and models for interpreter and translator training. Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2009. 283 p.

24. Gillies A. Conference interpreting : a student's practice book ; 2nd ed. London and New York : Routledge, 2024. 499 p.

25. Gringiani A. Reliability of aptitude testing : A preliminary study. *Aspects of applied and experimental research in conference interpretation* ; edited by Laura Gran & Christopher Taylor. Udine : Campanotto Editore, 1990. P. 42–53.

26. Herbert J. Interpreter's Handbook: How to Become a Conference Interpreter. Genève : Librairie de l'Université, GEORG & Cie S. A., 1952. 73 p.

27. Introduction to Translation and Interpreting Studies ; Edited by Aline Ferreira and John W. Schwieter. Hoboken, New Jersey : Wiley-Blackwell, 2022. 336 p.

28. Jones R. Conference interpreting explained ; 2nd ed. Manchester : St. Jerome Publishing, 2002. 142 p.

29. Lambert S. Aptitude testing for simultaneous interpretation at the University of Ottawa. *The Interpreters' Newsletter*. 1992. 4. P. 25–32.

30. Lambert S., Meyer I. Selection Examinations for Student Interpreters at the University of Ottawa. *The Canadian Modern Language Review*. 1988. Vol. 44 Issue 2 (January). P. 274–284. DOI: 10.3138/cmlr.44.2.274 (дата звернення: 17.02.2025).

31. Liu J. Interpreter Training in Context. European and Chinese Models Reconsidered. Singapore : Springer, 2020. 154 p.

32. Longley P. The use of aptitude testing in the selection of students for conference interpretation training. *The theoretical and practical aspects of teaching conference interpretation* ; edited by Laura Gran & John M. Dodds. Udine : Campanotto Editore, 1989. P. 105–108.

33. Manole V. General Knowledge in Conference Interpreting Training: a Survival Guide for Overwhelmed Students. *Revue Internationale d'Études en Langues Modernes Appliquées / International Review of Studies in Applied Modern Languages RIELMA/IRSAML*. 2019. 12. P. 65–80.

34. Mikkelson H. An introduction to court interpreting ; 2nd ed. Abingdon, Oxon ; New York : Routledge, 2017. 161 p.

35. Monacelli C. Self-Preservation in Simultaneous Interpreting. Surviving the role. Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2009. 182 p.

36. Moratto R. The Xiada model for Interpreter Training. *Translation Journal*. 2011. Vol. 15, No. 3 (July). URL: https://translationjournal.net/journal//57interpreting.htm (дата звернення: 17.02.2025).

37. NAATI Interpreter Certification: Knowledge, Skills and Attributes. *National Accreditation Authority for Translators and Interpreters*. February 2016 URL:https://surl.li/ckttzj (дата звернення: 17.02.2025).

38. Nolan J. Essays on Conference Interpreting. Bristol, UK; Blue Ridge Summit : Multilingual Matters, 2020. 165 p.

39. Pérez-Luzardo Díaz J. Didáctica de la interpretación simultánea : PhD diss., Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, 2005. 625 p.

40. Pöchhacker F. Introducing Interpreting Studies. London and New York : Routledge, 2004. 252 p.

41. Russo M. Aptitude Testing over the Years. *Interpreting*. 2011. 13 (1). P. 6–30. DOI: 10.1075/intp.13.1.02rus (дата звернення: 17.02.2025).

42. Sawyer D. B. Fundamental Aspects of Interpreter Education : Curriculum and Assessment. Amsterdam/ Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2004. 310 p.

43. Seleskovitch D., Lederer M. Pédagogie raisonnée de l'interprétation. Bruxelles ; Luxembourg : Didier Érudition : Opoce, 1989. 281 p.

44. Setton R., Dawrant A. Conference Interpreting. A Trainer's Guide. Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2016. 650 p.

45. Snelling D. The Interpreter's General Knowledge. *The Interpreters' Newsletter*. 2009. (14). P. 91–98.

46. Strömmuse O. Manual for Beginning Interpreters: A Comprehensive Guide to Interpreting in Immigration Courts. Albuquerque, NM : Anthony Tell, 2021. 164 p.

47. The Routledge Handbook of Interpreting ; Edited by Holly Mikkelson and Renée Jourdenais. London and New York : Routledge, 2015. 625 p.

48. Timarová Š., Ungoed-Thomas H. Admission Testing for Interpreting Courses. *The Interpreter and Translator Trainer*. 2008. 2:1. P. 29–46. DOI: 10.1080/1750399X.2008.10798765 (дата звернення: 17.02.2025).

49. Tiselius E. Conference interpreter. *AIETI Encyclopedia of Translation and Interpreting*. April 7, 2024. DOI: 10.5281/zenodo.10938865 (дата звернення: 17.02.2025).

Stasiuk B. V., Nestelieiev M. A. APPLICATION OF NEWS OUTLETS FOR INTERPRETER TRAINING

This paper has been dedicated to the place of news resources in the interpreter's training programme. General knowledge, which is derived from the news outlets on a daily basis, has long become an indispensable component of interpretation, a practice that has evolved significantly since its inception in the early 20th century. Over the decades, scholars, practitioners, and trainers in the field of interpretation have consistently emphasised the importance of general knowledge competence, both as part of entrance examinations and within the broader framework of interpreter education. However, despite the acknowledged significance of general knowledge in this discipline, a universally accepted definition of what constitutes "general knowledge" remains elusive.

The paper reveals some contradictions existing in relation to the content and scope of general knowledge for a regular schedule of interpreter training against the objective needs of the University and interpretation courses students. Its selection remains highly subjective and based on the personal perspectives of instructors. Each educator might have a different approach to what should be taught, which topics should be prioritised, and what resources should be used to support learning.

It has been revealed by the authors of the paper that such a lack of clarity can create challenges for both learners and educators alike. The absence of a standardised curricula leaves room for differing interpretations of what constitutes adequate preparation for aspiring interpreters. Consequently, the question of which subjects are most beneficial for students to explore remains open-ended and dependent on the individual teaching styles of the instructor. For some, general knowledge may encompass a wide range of historical, cultural, and political topics, while for others, it might be more narrowly focused on specific fields such as law, economics, or science. This subjectivity can make it difficult for students to determine exactly what they need to know to succeed as interpreters.

In light of these challenges, this paper proposes an alternative approach to defining the core of general knowledge for interpretation students. Specifically, it suggests that the foundation of general knowledge should be grounded in the subjects and themes regularly discussed in current news and events, as reported

by journalists and news platforms. The rationale behind this approach is that the topics covered in the media often reflect the key areas of public discourse and provide valuable insights into contemporary issues, trends, and global developments. By focusing on news-based content, students can ensure they stay relevant and well-informed on the issues that shape the world around them.

In addition to this conceptual framework, the paper also highlights a series of practical exercises designed to enhance general knowledge through targeted exposure to current affairs. These exercises are carefully selected from a range of specialist literature on interpretation training and are intended to complement traditional learning methods. By engaging with real-world topics, students can develop a deeper understanding of the language and concepts they may encounter in professional interpretation settings.

Furthermore, the paper advocates for the establishment of several groundbreaking principles that should serve as the foundation of any news-based exercise system for general knowledge enhancement. These principles include promoting critical thinking, encouraging active engagement with diverse sources of information, and fostering a broader understanding of the interconnectedness of global events. Ultimately, the goal is to equip interpretation trainees with the tools they need to navigate the complexities of contemporary discourse and deliver accurate, contextually appropriate interpretations in real-world situations.

Key words: *interpretation training, general knowledge, general culture, news and current affairs, exercising.*

УДК 811.111.373.7’42:32
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/08

Степанов В. В.
Сумський державний університет

Щербак Д. С.
Сумський державний університет

ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У БРИТАНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ СТРАТЕГІЇ

Стаття присвячена огляду питань відтворення фразеологізмів у британському політичному дискурсі. Стисло описуються основні риси фразеологічних одиниць та їхня роль у дискурсі загалом і політичній комунікації зокрема. Матеріалом дослідження виступає політичний дискурс Сполученого Королівства – держави, яка займає особливе місце на політичній арені сучасного світу. Вибірку укладено за такими керівними принципами, як тип джерел, часовий діапазон, місце створення та функціональне призначення джерела, авторитетність і доступність, репрезентативність тематики, характерні особливості політичної риторики. Так, було обрано державні сайти (UK Parliament, GOV.UK, British Political Speech) та медіа-ресурси (The Guardian, BBC) як рейтингові ресурси для відстеження фразеологізмів у політичній комунікації британського варіанту англійської мови за період від другої половини XX століття і до сьогодні. Зрештою, було складено і проаналізовано вибірку висловлювань британських політичних діячів, зокрема Маргарет Тетчер, Вінстона Черчилля, Тоні Блера, Бориса Джонсона, Еда Болса, Роберта Бакленда та ін.

Визначено еквіваленти фразеологізмів, а також конкретні перекладацькі прийоми, які використовуються для їхнього вдалого відтворення українською мовою. Простежено, що вибір перекладацької стратегії умотивований не тільки цільовою аудиторією, але й культурними рисами, які треба передати в мові перекладу. Акцентується увага на емоційності та переконливості політичного дискурсу, що також впливає на результат перекладацького процесу. Все це разом мотивує перекладача використовувати конкретні перекладацькі прийоми для відтворення британських фразеологізмів іноземною мовою. Такими прийомами зазвичай виступають контекстуальна заміна, генералізація, смисловий розвиток, описовий переклад, калькування, адекватний і нейтральний переклад тощо.

Ключові слова: *фразеологізми, дискурс, політика, переклад, перекладацькі стратегії, Сполучене Королівство.*

Постановка проблеми. В умовах глобалізації переклад політичних текстів стає дедалі актуальнішим. Доступ до ЗМІ допомагає краще зрозуміти події, що відбуваються в унісон зі світовими процесами. Політичні зміни зумовлюють зрушення і в мовній системі, так що зникають з ужитку слова, замінюючись іншими. Оскільки лексична та граматична складові політичних текстів при передачі іншою мовою вимагають ретельного вибору еквівалентів, часто виникають складнощі, особливо в перекладі стійких виразів. Такими сполуками виступають фразеологізми.

Наразі відтворення фразеологічних одиниць є однією із найскладніших сфер перекладу, особливо в рамках політики. Причина: перекладачу треба не тільки відтворити сам фразеологізм, але й передати супутні культурні ознаки та підтекст, який має прийняти аудиторія. Аналіз культурних рис, створення стратегій відтворення фразеологізмів у політичному дискурсі сприяють більш якісному перекладу, сприйняттю та розумінню політичної інформації, а також повноцінному міжкультурному спілкуванню для покращення міжнародних відносин. Цим зумовлена актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти перекладу англомовних фразеологізмів виступали предметом дослідження низки науковців, серед яких І.Я. Глуховцева [1], О.М. Мартинів [3], Л.І. Шевченко та Д.Ю. Сизонов [4]. Водночас, тема і самого політичного дискурсу глибоко цікавить дослідників. З-поміж

активних вчених помітними є представники Харківської [11; 12; 13], Черкаської [6], Сумської [2; 17; 21] та інших наукових шкіл.

Водночас, переклад фразеологізмів у політичному дискурсі потребує уточнення та систематизації, тому потрібно проводити нові дослідження.

Об'єктом студії є фразеологізми в політичному дискурсі.

Предметом дослідження є аналіз проблем перекладу фразеологічних виразів у політичній полеміці.

Матеріалом дослідження є британські політичні офіційні заяви, промови, що включають у себе фразеологізми.

Постановка завдання. Метою дослідження є виявлення труднощів у перекладі фразеологічних одиниць, аналіз впливу культурних аспектів на вибір перекладацьких стратегій. Мета зумовлює ряд завдань для виконання:

1. З'ясувати типові ознаки фразеологізмів, які використовуються в політичному дискурсі в проекції на культурні аспекти;

2. Укласти матеріал дослідження;

3. Розглянути дослідницький матеріал, визначити проблеми і труднощі, які виникають під час перекладу британських політичних фразеологізмів.

Для вирішення поставлених завдань були використані такі методи дослідження: аналіз, опис, зіставлення.

Виклад основного матеріалу. Протягом тривалого часу в мові з'являються стійкі висловлювання, зміст яких не завжди очевидний при інтерпретації окремих слів. Такі вирази мають назву фразеологізми.

Головною рисою фразеологічних виразів є експресивна образність. Вона зникає, якщо з фразеологізму прибрати чи замінити одне або декілька слів. Образ може відсилати до національних аспектів, зумовлених географічними, етнічними та соціально-політичними умовами життя. Тобто, фразеологізми своєрідно відіграють роль культурних концептів, що здатні відображати певний колективний досвід, ідентичність та менталітет спільноти.

Фразеологізми в політичному дискурсі є ключовим механізмом обміну інформацією. Вони трансформуються в інструмент емоційного впливу, що додає до виступу риси патріотизму та робить думки переконливими. Фразеологізми змінюють характер політичних виступів, так що останні стають не тільки емоційно-виразними, але й структурованими. Відтак, використання фразеологізмів значно спрощує розуміння політичних ідей і робить їх доступними для аудиторії.

Для аналізу перекладацьких стратегій і усунення проблем, що виникають під час відтворення фразеологізмів у політичному дискурсі, потрібен особливий підхід до вибору джерел інформації. Адже ресурси мають бути достовірними, валідними та ілюстративними. У цьому дослідженні були використані певні критерії, на основі яких було обрано потрібні джерела:

1. Тип джерел. Особливе значення надається матеріалам із авторитетних джерел, що достовірно описують політику. Серед них варто виокремити:

А) Державні сайти: *UK Parliament*, *GOV.UK*, *British Political Speech*. Ці джерела є ключовими у сфері політичного дискурсу, оскільки включають в себе офіційні виступи політиків, формальні політичні промови.

Б) Медіа-ресурси: *The Guardian*, *BBC*. Ці масмедійні джерела об'єктивно висвітлюють політичну картину подій і детально аналізують ситуації, що трапляються в суспільстві.

2. Часовий діапазон інформаційних ресурсів. Цитати, взяті з політичних виступів, мають охоплювати різні періоди політичного життя Великобританії, починаючи з 1940-х і закінчуючи сьогоденням. Це даватиме можливість не тільки проаналізувати політичний контекст використання фразеологізмів, а й спостерігати за еволюцією фраз політичної тематики.

3. Місце створення джерела. Вихідний матеріал має бути англомовним і мати британське походження, що узгодить об'єкт та предмет дослідження з рисами британського політичного дискурсу.

4. Функціональне призначення джерела. Інформаційний ресурс має бути інструментом синтезу політичного та мовного аспектів, з відображенням культурно-політичних реалій. Джерела повинні бути місцем використання фразеологізмів як лексичних виразів. Завданням ресурсу є фокусування на політичному дискурсі з додаванням соціокультурного контексту.

5. Авторитетність і доступність. Джерела мають бути надійними із забезпеченням відкритого доступу до актуальної інформації, яка матиме ключове значення для дослідження фразеологізмів у британському політичному дискурсі з подальшим аналізом стратегій та проблем, які виникають при перекладі цих лексичних одиниць.

6. Репрезентативність тематики. Джерела повинні торкатися різних тематик, пов'язаних із полі-

тичним дискурсом, серед яких важливо виділити економічну, культурну та соціальну сфери.

7. Характерні ознаки риторики політиків. Ґрунтуючись на цьому критерії, важливо звернути увагу при виборі джерел на:

А) Індивідуальну мовну манеру (ділова, розмовна, агітаційна, публіцистична);

Б) Функції політика (міністр, прем'єр-міністр, представник партії, лорд-канцлер, політичний діяч);

В) Мету політичного виступу (мотивація, переконання, інформування, зв'язок з народом).

Відтворення фразеологізмів у політичному дискурсі є одним зі складних видів діяльності у сфері перекладу, оскільки крім точності перекладу, важливим є створення культурного контексту і полегшення розуміння нової інформації для аудиторії. Іншою метою якісного перекладу є збереження прагматичного ефекту для соціуму. Для цього використовуються різні способи передачі фразеологічних одиниць.

Розглянемо труднощі відтворення фразеологізмів та перекладацькі стратегії для їх подолання.

Першим прикладом є виступ члена Консервативної партії Великої Британії Роберта Бакленда, зокрема вислів *We have a good example with freeports. I very much hope that the Welsh Government* ***step up to the plate*** *on investment zones* [9].

Фразеологізм запозичений із бейсболу, використовується в переносному значенні. Політик вимагає негайних активних дій з боку уряду. Через цей фразеологізм аргументи стають більш рішучими і створюється емоційний тиск на реципієнтів. Словосполучення краще перекладати нейтральним відповідником без додаткових емоційних відтінків, щоб не перенапружувати реципієнта: *Вільні порти є гарним прикладом. Я щиро сподіваюся, що уряд Уельсу* ***підтримає*** *розвиток інвестиційних зон*. Саме цей варіант передає стилістику тексту.

Наступним прикладом є фінальна промова колишнього прем'єр-міністра Великобританії Бориса Джонсона. Якщо найчастіше основною рисою фразеологічних одиниць у політичному дискурсі є маніпулятивна складова, то тут основну роль грає емоційна виразність ораторського стилю політика. У фрагменті ***The torch*** *will finally* ***be passed*** *to a new Conservative leader* було використано фразеологізм *to pass the torch*, який підкреслює емоційний ефект щирості [5]. Його можна перекласти фразеологічним еквівалентом, який збереже образність і стилістику, а саме *передати естафету*. Тобто, ***естафета*** *нарешті* ***буде передана*** *новому лідеру Консервативної партії*.

У цьому ж виступі був використаний фразеологізм *Like Cincinnatus, I am* ***returning to my plough*** [5], який дослівно важко зрозуміти. Тому його краще відтворити описовим перекладом *Подібно до Цинцинната, я* ***залишаю державні справи і повертаюся до спокійного життя***.

Якщо звернути увагу на політичний дискурс минулого, то гарним прикладом є Вінстон Черчилль. Його виступи є взірцем ораторського мистецтва, часто з використанням фразеологічних одиниць.

Першим із таких висловів є ***In God's good time****, the new world, with all its power and might, steps forth to the rescue and the liberation of the old* [20]*,* що своєю емоційністю виражає надію на краще майбутнє. Цей вираз можна перекласти фразеологічним еквівалентом ***За Божою волею****, новий світ, зі всією своєю силою та могутністю, виходить на допомогу та звільнення старого світу* зі збереженням релігійного контексту або адекватним перекладом ***У належний час****...* для передачі загального змісту виступу.

Іншим прикладом може слугувати ідіоматичний вислів *I have nothing to offer but* ***blood, toil, tears and sweat*** [7]. У цьому випадку *blood, toil, tears and sweat* є сталим виразом, який став символом кропітливої праці, боротьби за свободу та краще майбутнє. Його можна асоціювати зі стійкістю в боротьбі народу за єдність. Цей фразеологізм можна перекласти калькуванням, а саме *Мені нічого запропонувати, окрім* ***крові, тяжкої праці, сліз та поту***. Цей переклад є більш доцільним, адже він зберігає зовнішню структуру оригіналу та емоційну складову, не вносячи значних змін до його стилістики.

Іншим прикладом політичного дискурсу є виступи Маргарет Тетчер. Її промови були переповненими різноманітними образами, серед яких помітне місце займали фразеологічні одиниці, котрі підтверджували її переконання. У фрагменті *We in the Conservative Party are* ***to shoulder the responsibility*** *of government, to chart a fresh course for our country* [10] було використано фразеологізм *to shoulder the responsibility*, який передає готовність до боротьби з проблемами і до управління країною. Його можна перекласти описово, підкресливши важливість майбутніх дій і емоційність перед прийняттям майбутніх рішень, а саме *Ми, Консервативна партія, маємо* ***взяти на себе важкий тягар відповідальності*** *за управління країною та визначити новий напрямок її розвитку.*

В іншій частині цього виступу був використаний фразеологізм, який робить промову більш аргументованою, окреслює її твердий і категоричний характер. Цим висловом слугує *Let us* ***not mince words*** [10]. Він утворює зв'язок між аудиторією та Маргарет Тетчер, роблячи її лідером, уособлюючи в собі символ відкритості та відмову від маскування реальності. У цьому випадку краще використати смисловий переклад, а саме ***Говоримо чесно***, щоб передати основне значення всього фразеологічного виразу, але не зберігаючи основну структуру і переносність значення фрази в цілому. Це дозволяє залишити природність контексту, в якому було використано фразеологізм.

Наступний приклад – Тоні Блер. Розглянемо прощальну промову політика на партійній конференції. У цьому виступі було використано фразеологізм *empty shells*, який позначає предмет чи особу, що не містить у собі ніякої характеристики, функціональності та інших внутрішніх якостей. Аналізуючи контекст, у якому вжито цей фразеологічний вираз *But without the talents and dedication of the NHS staff, they would be just* ***empty shells*** [19], можна зробити висновок, що вислів демонструє марність у разі відсутності персоналу. Тому його доречно перекласти, використовуючи контекстуальну заміну, а саме *Але без таланту й самовідданості медичних працівників це були б лише* ***порожні стіни***. Такий різновид перекладу не тільки допоміг зберегти основну структуру та зміст всієї фрази, а й передав емоційність переносного значення для читача. Хоч цей ідіоматичний вираз і є більш характерним для розмовної лексики, політик все одно використав його для підтримання зв'язку з народом, роблячи свій виступ більш щирим.

Тоні Блер також використав фразеологізм для опису нестабільної економічної ситуації, яка переважала в державі під час його правління:

In 1997, we faced daunting challenges. ***Boom and bust economics*** [19].

Це сталий вираз із економічної та політичної сфери. Його винятковістю у цьому контексті є негативний відтінок комплексності та ризиків економічних процесів. Доречно використати спосіб генералізації для спрощення поняття і легшого розуміння, а саме відтворити вислів як *1997 рік став для нас роком серйозних випробувань.* ***Економіка була нестабільною***. Цей прийом перекладу значно полегшує адаптацію фрази для аудиторії, підкреслюючи лаконічність використання термінології.

Новий приклад. Виступ Вільяма Джовітта в Палаті лордів від 1949 року. Він використав загальнонародний англійський фразеологізм-реалію:

Sir Henry was an athlete in his early days, and he used sometimes to do a sort of hurdle race ***to reach the Woolsack*** [18].

Фразеологічна одиниця *to reach the Woolsack* має переносне значення, а саме труднощі, які з'являються на кар'єрному шляху. Ця реалія пов'язана з одним із предметів та символів британської політики за старовинним звичаєм – подушкою з вовни, де сидить лорд-канцлер.

Представникам іншої етнокультури ця фраза буде незрозуміла, тому краще використовувати смисловий розвиток у перекладі: *Сер Генрі був спортсменом у свої молоді роки, і часом йому доводилося долати перешкоди, щоб* ***зайняти місце лорда-канцлера***. Такий прийом збереже основний зміст і лаконічність, компенсуючи розбіжності в мовних культурах.

У політичному дискурсі також часто використовуються фразеологізми, які мають міфологічний антропонім. Поширеним варіантом є фразеологічна одиниця *Achilles' heel*. Британська політична діячка та заступниця прем'єр-міністра Великобританії Анджела Рейнер використала цей фразеологічний зворот в одному зі своїх звернень під час дебатів у 2015 році:

The Achilles heel *that is causing the skills and growth shortage is the issue of funding* [16].

У цьому випадку складність перекладу полягає в культурній специфічності (можливій відсутності прямого образу в певній культурі) та контексті. Тому тут краще використати калькування зі збереженням культурної традиції: ***Ахіллесовою п'ятою****, що спричиняє дефіцит навичок та гальмування розвитку, є проблема фінансування*. Саме цей прийом дозволяє здійснити культурну адаптацію, зберігши основну ідею тексту.

Проблеми також виникають при перекладі полісемантичних фразеологізмів у політичному дискурсі. Наприклад, колишній лідер Лейбористської партії Барон Пармур під час засідання 1923 року говорив:

By the irony of fate, the persons who suffer most from the process which I have described are our own ***flesh and blood*** *– the Englishwomen who in the years of peace long before the war married German husbands* [14].

Залежно від контексту, *flesh and blood* може означати як рідну людину, так і людську натуру або деталізований зміст. У цьому випадку краще використати акцентування на фразеологізмі:

За іронією долі найбільше страждають від цього ***наші громадяни*** *– англійки, які, попри* ***кровне споріднення з нами****, в мирні роки, задовго до війни, вийшли заміж за німців.*

Окрім соціально-культурних характеристик або полісемантичності, перекладачеві важливо також звернути увагу на емоційний відтінок, який спостерігається у контексті при вживанні фразеологізмів. Прикладом слугує фразеологічний вираз *to be as pleased as punch*, який було використано в політичному виступі Лорда Кемерона із Ділінгтона 2024 року:

I was ***as pleased as punch****, but I hope that they actually deliver – not only in towns but, vitally, in rural communities* [15].

У цьому випадку складність полягає в збереженні емоційної інтенсивності без втрати культурного контексту та пошуку відповідного еквівалента. Адже Панч є персонажем лялькового театру, котрий не завжди має повний еквівалент в мові реципієнта. Для збереження емоційного окрасу краще замінити цей вираз іншим фразеологічним зворотом, а саме *У мене аж* ***серце раділо****, але сподіваюся, що вони дійсно виконають обіцяне – не лише у містах, але й, що особливо важливо, у сільських громадах.*

Перекладачі також часто стикаються з проблемою передачі емоційного забарвлення фразеологізмів, які засновані на каламбурі. Хоча такі приклади не є поширеними варіантами, бо в основному каламбури спираються на інші лексичні одиниці, але вони трапляються, а тому потребують аналізу контексту, в якому використовуються. Прикладом може слугувати виступ британського політика та колишнього канцлера скарбниці тіньового кабінету Еда Болса:

There is a cost of living crisis, we do not have a balanced recovery, and all this complacent Chancellor does is play party politics in the Tory party. What a mess – a right old ***Eton mess****!* [8].

У цьому випадку політиком був використаний каламбур, побудований на англійському ідіоматичному виразі *Eton mess*. Він вперше був широко вжитий для позначення англійського класичного десерту. Утім, аналізуючи контекст, можна дійти висновку, що вираз використано з негативною конотацією в переносному значенні. Для передачі емоційної забарвленості і збереження лаконічності для аудиторії, представникам якої можливо буде незрозумілим культурний акцент фразеологічного каламбуру, краще використати генералізацію. Отримаємо переклад: *Інфляція, незбалансоване відновлення економіки, але цей пихатий канцлер лише грається в партійні ігри в партії торі. Який безлад!* ***Суцільний хаос****!*

Висновки. Отже, присутність фразеологізмів у політичному дискурсі значно ускладнює процес перекладу. Перед перекладачем стоїть задача не тільки правильно перекласти, але й зберегти соціокультурні властивості та емоційну складову, яка присутня у фразеологізмах-каламбурах, що містяться у виступах політичних діячів. Тому головним завданням спеціаліста перед перекладом постає аналіз контексту політичного дискурсу.

Перспективи подальших досліджень полягають у більш детальному вивченні використання фразеологічних одиниць у політичній полеміці в інших мовах (наприклад, німецькій або французькій).

Список літератури:

1. Глуховцева І.Я. Динаміка української фразеології кінця XX – початку XXI століття: тенденції розвитку. Старобільськ: Вид-во ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2015. 179 с. URL: https://surl.li/pnzbyp.
2. Єгорова О.І., Рогоза І.К. Метафорична концептуалізація МАЙДАНУ (на матеріалі німецькомовних інтернет-ЗМІ). *Наукові записки НДУ імені М. Гоголя. Серія «Філологічні науки»*. 2015. Книга 3. С. 98–102. URL: https://surl.li/tjsgiv.
3. Мартинів О.М. Семантико-граматична структура фразеологічних одиниць німецької мови з компонентом на позначення звучання в проекції на категорії свідомості. *Молодий вчений*. 2018. Том 3. Випуск 55. С. 172–177. URL: https://surl.li/wabzkx.
4. Шевченко Л.І., Сизонов Д.Ю. Нові слова та фразеологізми в українських мас-медіа (словник). Київ: ВПЦ «Київський університет», 2021. Частина 4. 100 с. URL: https://surl.li/qnrbmj.
5. Boris Johnson's final speech as Prime Minister: 6 September 2022. *GOV.UK*. URL: http://surl.li/ruoqsg.
6. Chaban N., Zhabotynska S. Narratives of Ukraine on the information battlefields of global media. *The War against Ukraine and the EU*. Cham: Palgrave Macmillan, 2024. P. 207–230. URL: https://surl.li/vdmexi.
7. Churchill in Hansard: The Top Five speeches. *UK Parliament*. URL: http://surl.li/axwcxe.
8. House of Commons Hansard Debates. *UK Parliament*. URL: http://surl.li/qiijmq.
9. Investment Zones: Impact on Welsh Economy. *UK Parliament*. URL: http://surl.li/qjxpey.
10. Leader's Speech, Brighton 1976. *British Political Speech*. URL: http://surl.li/qdahoz.
11. Martyniuk A., Meleshchenko O. Socio-pragmatic potential of (verbo)-visual metaphtonymy in Internet

memes featuring Donald Trump. *Metaphor and the Social World*. 2022. Volume 12. Issue 1. P. 69–91. URL: https://surl.li/qojwog.

12. Morozova O. Monomodal and multimodal instantiations of conceptual metaphors of Brexit. *LEGE ARTIS: Language Yesterday, Today, Tomorrow*. 2017. Volume 2. Issue 2. P. 250–283. URL: https://surl.li/iranrz.
13. Oliynyk N., Shevchenko I. Conceptualization of ECONOMIC CRISIS in discourse: from the Great Depression to the Great Recession. *Advanced Education*. 2016. Issue 6. P. 76–81. URL: https://surl.li/epdikw.
14. Property of Ex-Enemy Nationals. *UK Parliament*. URL: http://surl.li/mdtxpg.
15. Rural Communities. *UK Parliament.* URL: http://surl.li/xiihwc.
16. Skills and Growth. *UK Parliament*. URL: http://surl.li/ugmcwo.
17. Stepanov V., Reshytko A., Kobiakova I. The mental consideration of resilience as a relevant social concept (a corpus-based research of American English). *Topics in Linguistics*. 2023. Volume 24. Issue 2. P. 69–90. URL: https://surl.li/hfqpne.
18. The Clerk of the Parliaments. *UK Parliament*. URL: http://surl.li/ltthpv.
19. Tony Blair's speech. *The Guardian*. URL: http://surl.li/illahk.
20. Winston Churchill's inspiring wartime speeches in Parliament. *BBC*. URL: http://surl.li/jvrvdw.
21. Zhulavska O.O., Zakharchenko Yu.V. Translation special features of metaphoric expressions in modern English political discourse. *Філологічні трактати*. 2018. Том 10. № 2. С. 48–53. URL: https://surl.li/gjpydu.

Stepanov V. V., Shcherbak D. S. PECULIARITIES OF RENDERING PHRASEOLOGICAL UNITS IN BRITISH POLITICAL DISCOURSE: PROBLEMS AND TRANSLATION STRATEGIES

The article is devoted to overview of rendering phraseological units in British political discourse. The main features of phraseological units and their role in discourse in general and political communication in particular are briefly described. The research material is the political discourse of the United Kingdom, a country that occupies a special place in the political sphere of the modern world. The selection was based on such guiding principles as type of source, time period, place of creation and functional purpose of the source, authority and accessibility, representativeness of the topic, and features of political rhetoric. Thus, governmental websites (UK Parliament, GOV.UK, British Political Speech) and media resources (The Guardian, BBC) were chosen as rating resources for tracking phraseological units in political communication in the British version of English from the second half of the twentieth century to the present day. As a result, a sample of statements by British political figures, including Margaret Thatcher, Winston Churchill, Tony Blair, Boris Johnson, Ed Balls, Robert Buckland and others, was compiled and analyzed.

The article identifies equivalents of phraseological units and specific translation techniques used for their successful reproduction in Ukrainian. It is traced that the choice of translation strategy is motivated not only by the target audience, but also by the cultural features that need to be conveyed in the target language. Attention is focused on emotionality and persuasiveness of political discourse, which also affects the result of translation process. All this together motivates the translator to use specific techniques to render British phraseology into a foreign language. Usually, such techniques are contextual substitution, generalization, semantic development, descriptive translation, calquing, adequate and neutral translation, etc.

Key words: *phraseological units, discourse, politics, translation, translation strategies, the United Kingdom.*

UDC 81’25:004
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/09

Suima I. P.
Oles Honchar Dnipro National University

Novikova O. V.
Oles Honchar Dnipro National University

CHALLENGES IN TRANSLATING COMPUTER SCIENCE AND MATHEMATICAL TERMS FROM ENGLISH INTO UKRAINIAN

The translation of computer science and mathematical terminology presents significant challenges due to the highly specialized nature of these fields, the rapid evolution of technology, and linguistic differences across languages. Many technical terms originate in English and lack direct equivalents, requiring translators to choose between borrowing the original term or creating descriptive translations. This process is further complicated by context-dependent meanings, as many terms have multiple interpretations depending on their usage in different subfields.

Additionally, the widespread use of abbreviations and acronyms in technical disciplines poses challenges for translation consistency, as some languages localize them while others retain the English versions. Differences in grammatical structures, word formation rules, and cultural perspectives further influence how technical concepts are adapted in different languages.

Mathematical terminology, while based on universal symbols, varies in naming conventions across languages, which can lead to inconsistencies in education and professional communication. The ongoing development of new technologies introduces new terms faster than standard translations can be established, leading to a hybrid vocabulary where English terms coexist with localized equivalents.

This article explores the key challenges in translating computer science and mathematical terminology, analyzing the impact of linguistic structures, industry standards, and technological advancements. It also discusses best practices for ensuring accurate, clear, and user-friendly translations, emphasizing the importance of collaboration between linguists, technical experts, and industry professionals. The findings highlight the necessity of a standardized yet flexible approach to translation that balances clarity, consistency, and accessibility in an increasingly globalized technological landscape.

Key words: *Translation, computer science terminology, mathematical terminology, technical translation, linguistic challenges, loanwords, abbreviations, standardization, terminology adaptation, context-dependent meanings, industry standards, localization, globalization, machine translation, multilingual communication.*

Statement of the problem. The translation of computer science and mathematical terminology presents significant challenges due to the specialized nature of these fields. Many technical terms originate in English and lack direct equivalents in other languages, forcing translators to choose between loanwords and descriptive phrases. Additionally, the meaning of certain terms can vary depending on context, leading to potential misunderstandings if not translated accurately.

Another major issue is the rapid evolution of technology, which results in new terms emerging faster than standardized translations can be developed. This often leads to inconsistencies, where some terms are translated while others remain in English, creating a hybrid technical vocabulary. Furthermore, differences in linguistic structures across languages affect how complex concepts are conveyed, sometimes making translations awkward or overly complex.

Mathematical terminology, while based on universal symbols, also poses challenges due to variations in terminology across different languages. Moreover, the widespread use of abbreviations and acronyms in computer science makes translation difficult, as some languages translate them while others retain the English versions.

This article examines these challenges in detail and explores potential solutions for improving the translation of technical terms in computer science and mathematics.

Analysis of recent research and publications. In recent years, Ukrainian scholars have increasingly

focused on the challenges of translating technical terms in computer science and mathematics, with particular attention to issues such as linguistic adaptation, the rapid evolution of technology, and the standardization of terminology. Several studies have been published that address both theoretical and practical aspects of translating these specialized fields. Here is an overview of some of the key areas of research in Ukraine:

1. Adaptation and Localization of Terminology

Researchers have explored how to adapt English-originated technical terms into Ukrainian, especially given the dominance of English in the global tech landscape. One notable publication by O. D. Oguj (2015) investigates the linguistic aspects of translating terms in the field of information technologies, focusing on the intricacies of localizing terms that lack direct Ukrainian equivalents. The study emphasizes the importance of maintaining clarity while ensuring the preservation of meaning, often through the use of descriptive translations or loanwords (e.g., хешування for hashing) [5].

Similarly, O. D. Palyamarchuk (2012) examines how computer science terminology is integrated into Ukrainian academic texts, stressing the need for a balance between technical accuracy and ease of understanding for local readers [6].

2. Context-Dependent Meaning of Terms

Another area of research addresses the contextual variability of technical terms, a common issue in both computer science and mathematics. The term kernel, for example, can refer to different concepts in operating systems, machine learning, or even statistics. Ukrainian researchers, such as L. V. Gocheva (2018), highlight the challenges that arise from context-dependent meanings, which require translators to have a deep understanding of both the technical subject and the context in which the term is used. Their work focuses on strategies for disambiguating terms and ensuring that the translation accurately reflects the intended concept [2].

3. Standardization and Terminology Norms

The rapid pace at which new technological terms are introduced presents a challenge for the consistent and standardized translation of terms. This is especially relevant when it comes to acronyms and abbreviations like API, CPU, and RAM, which may or may not be translated into Ukrainian. The issue of terminology standardization is discussed in the works of M. P. Kochergan (2003) [4] and V. I. Karaban (2002) [3], who argue for the creation of a unified system of technical terms for Ukrainian scientific literature. These studies call for the development of comprehensive terminological dictionaries and collaboration between linguists and experts in computer science to create a cohesive vocabulary.

Task statement. The primary objective of this article is to analyze the key challenges associated with translating computer science and mathematical terminology across different languages. This includes examining the lack of direct equivalents, context-dependent meanings, the influence of linguistic structures, and the impact of rapidly evolving technology on translation practices. Additionally, the article aims to:

1. Identify common translation difficulties, such as handling loanwords, abbreviations, and multiple-meaning terms.

2. Explore the effects of cultural and linguistic differences on technical translations.

3. Assess the challenges posed by the continuous development of new technologies and the need for timely standardization.

4. Provide insights into best practices for achieving accurate, clear, and industry-aligned translations in computer science and mathematics.

By addressing these aspects, the article seeks to contribute to a better understanding of technical translation challenges and propose strategies for improving translation quality in these specialized fields.

Outline of the main material of the study. Translating technical terminology in computer science and mathematics presents unique challenges. Unlike general language translation, technical terms are often rigid, context-dependent, and closely tied to their original linguistic and cultural origins. As a result, translators must strike a balance between accuracy, clarity, and usability. This article explores the most significant difficulties faced when translating computer science and mathematical terms, along with potential solutions.

1. Lack of Direct Equivalents

Many computer science and mathematical terms originate in English, and in some cases, no direct equivalent exists in the target language. This is especially true for newly emerging technologies and theoretical concepts.

One of the main challenges in translating computer science and mathematical terms is the absence of direct equivalents in Ukrainian. Many terms are borrowed from English, either as loanwords or through descriptive phrases. In some cases, new words are coined, but these can be hard to standardize or widely accepted [3].

Example:

Cloud computing – The term “cloud computing” has become widely used in Ukrainian as “хмарні

обчислення" (cloud computations), but the shorter form "хмара" (cloud) is also used in some contexts. While the term "хмара" is popular, it is often not specific enough to convey the full meaning of the original concept.

Hashing – "Хешування" is the translation of "hashing," a term used in cryptography and computer science. While "хешування" accurately reflects the concept of converting data into a fixed-size string, many non-experts might not understand it without additional explanation.

2. Context-Dependent Meanings

Another challenge arises from the context-dependent nature of many technical terms. A word may have different meanings depending on the field in which it is used, which can complicate translation efforts. This is especially true for terms that appear in both computer science and mathematics but have distinct definitions depending on the discipline.

Example:

Kernel – In the context of computer science, a "kernel" refers to the core component of an operating system, responsible for managing system resources. In mathematics, however, "kernel" refers to a set of vectors that are mapped to zero by a linear transformation. The translator must identify the correct context to avoid confusion.

Bit – The term "bit" in computer science refers to the basic unit of information in computing, represented as a 0 or 1. However, in mathematics, "bit" can be used more generally to refer to a small amount of something, not necessarily related to computing. In Ukrainian, "біт" is commonly used for both meanings, but the context must clarify the intended use.

3. Abbreviations and Acronyms

A major issue in translating technical terms is the use of abbreviations and acronyms, which are often left untranslated, especially when they are widely recognized internationally. These abbreviations may not have standardized translations in Ukrainian, which can lead to inconsistencies in usage.

Example:

CPU (Central Processing Unit) – The abbreviation "CPU" is universally recognized and is often used in Ukrainian texts without translation. In some cases, it is expanded to "центральний процесор," but the abbreviation "CPU" is more commonly used, even in Ukrainian-language texts.

RAM (Random Access Memory) – Similar to CPU, "RAM" is used in its English form, though "оперативна пам'ять" can be used in some contexts. However, "RAM" remains the more widely accepted term, especially in technical discussions [3].

URL (Uniform Resource Locator)

"URL" is a term widely used in both English and Ukrainian, often left untranslated. A more descriptive translation might be "уніфікований локатор ресурсу," but the acronym "URL" remains the dominant term in Ukrainian web-related texts.

GUI (Graphical User Interface)

"GUI" stands for Graphical User Interface, and although it could be translated as "графічний інтерфейс користувача," the abbreviation "GUI" is still commonly used in Ukrainian, particularly in professional and academic settings.

4. Cultural and Linguistic Differences

The linguistic structures of Ukrainian and English can also cause difficulties in translation. English often uses shorter, more compact phrases, while Ukrainian can require longer phrases or additional explanation to convey the same meaning. This discrepancy can result in translations that are either too vague or too complex.

Example:

Interface – In English, the term "interface" can refer to the point where two systems interact, such as a user interface or a hardware interface. In Ukrainian, "інтерфейс" is commonly used as a loanword, but depending on the context, the translation might require additional words like "інтерфейс користувача" (user interface) to clarify the meaning.

Algorithm – While the term "algorithm" is widely used in both English and Ukrainian as "алгоритм," it may require further explanation in specific contexts. In simpler terms, it might be translated as "покрокова інструкція" (step-by-step instruction), but this is not always an accurate reflection of the technical meaning in every situation.

5. Evolving Terminology

The rapid pace of technological advancement means that new terms are constantly being introduced, and it can take time for these terms to be translated and standardized. Some terms may remain in their original English form for years before a suitable translation is found or adopted. This creates a situation where technical texts are a mix of languages, with both English and Ukrainian terms being used interchangeably [3].

Example:

Blockchain – This term has emerged as a key concept in computer science and finance. While the term "блокчейн" is commonly used in Ukrainian texts, a fully Ukrainian equivalent such as "ланцюг блоків" (chain of blocks) has not been widely adopted.

Big Data – "Big Data" is another term that remains largely untranslated, with the term "великий обсяг даних" (large volume of data) being used as a description, but "Big Data" is still preferred in many contexts.

6. Ambiguity and Context-Dependent Meanings

Some terms have multiple meanings in different contexts, which can make translation tricky. The translator must carefully assess the context to choose the appropriate translation.

Examples:

Data

In computer science, "data" refers to information processed by computers. In Ukrainian, it is commonly translated as "дані."

In mathematics, "data" can refer to a set of information used in statistical analysis or experiments. Again, "дані" is used, but the precise nature of the "data" may vary, so the translator needs to adapt based on the surrounding context.

Function

In computer science, a "function" can refer to a block of code that performs a specific task within a program, also translated as "функція." However, it may also be translated as "метод" (method) when referring to object-oriented programming, highlighting the different meanings of the term in each field.

7. Terms with No Clear Equivalent

There are many technical terms that do not have an established or widely accepted Ukrainian translation, and translators often resort to borrowing the term directly from English, adding "transliteration" or creating a descriptive phrase.

Examples:

Bug

"Bug" in the context of computer programming refers to an error or flaw in a software system. It is often kept as "баг" in Ukrainian, though a more descriptive translation could be "помилка програмного забезпечення" (software error). However, "баг" is widely understood and used in everyday language by developers in Ukraine.

Spam

"Spam," referring to unwanted, often unsolicited email, is commonly left untranslated as "спам" in Ukrainian. While "небажана пошта" (unwanted mail) could be an alternative, "спам" is the preferred term, primarily because it is globally recognized.

8. New Technological Terms

As technology advances, new terms are constantly being introduced, and the challenge is to find appropriate translations or decide whether to keep the English terms. Some terms may be used in their English form for a while before a proper translation is accepted or standardized.

Examples:

Startup

The term "startup," referring to a new, often technology-based business, is commonly used in Ukrainian as "стартап," despite the fact that the word "початковий бізнес" (initial business) or "нова компанія" (new company) could describe it. However, "стартап" has become a globally recognized term.

App (Application)

The term "app," short for "application," is widely used in Ukrainian texts, often untranslated as "аплікація" or simply "додаток." While "додаток" (application) is accurate, the use of "app" is frequently preferred due to its widespread use and recognition.

9. Mathematical Terms with Multiple Meanings

Mathematical terms can have different meanings based on context, which makes translation even more challenging. The same word may refer to different concepts in different branches of mathematics or computer science.

Examples:

Matrix

In mathematics, a "matrix" refers to a rectangular array of numbers, symbols, or expressions, typically used in linear algebra. It is translated into Ukrainian as "матриця."

In computer science, "matrix" might also refer to a two-dimensional array or grid, and while "матриця" is also used in this case, translators must ensure that the meaning is clear within the context of a particular field.

Conclusions. Translating English computer science and mathematical terms into Ukrainian presents several challenges, from handling terms with multiple meanings to deciding whether to borrow words directly from English. The rapid evolution of technology and the increasing globalization of the tech industry mean that many English terms remain untranslated or are used in their original form in Ukrainian texts. While this trend makes the translation process more straightforward in some cases, it also requires careful attention to context and accuracy to ensure that the meaning is properly conveyed. Translators must be adept at not only understanding the subject matter but also at striking a balance between linguistic purity and global understandability. Additionally, collaboration with subject-matter experts and adherence to industry standards are essential for ensuring that the translations are accurate, clear, and consistent.

Bibliography:

1. Басснет С. Перекладознавство: Історія, теорія, практика. Київ: Всесвіт, 2005.
2. Гочева Л. В. Проблеми перекладу термінології в галузі інформаційних технологій. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2018. С. 45–52.
3. Карабан В. І. Посібник-довідник з перекладу англійської наукової і технічної літератури на укр. мову. Tempus, 1997. 260 с.
4. Кочерган М. П. Загальне мовознавство. Київ: Академія, 2003.
5. Огуй О. Д. Лінгвістичні аспекти перекладу термінів у сфері інформаційних технологій. Науковий вісник ЧНУ, 2015. С. 98–107.
6. Паламарчук О. Д. Особливості перекладу комп'ютерної термінології в українській мові. Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, 2012. С. 67–74. 2012.

Суїма І. П., Новікова О. В. СКЛАДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ КОМПЬЮТЕРНИХ ТА МАТЕМАТИЧНИХ ТЕРМІНІВ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ УКРАЇНСЬКОЮ

Переклад комп'ютерної та математичної термінології представляє значні проблеми через вузькоспеціалізований характер цих галузей, швидкий розвиток технологій і стилістичні відмінності між мовами. Багато технічних термінів походять з англійської мови та не мають прямих еквівалентів, що вимагає від перекладачів вибору між запозиченням оригінального терміну чи створенням описового перекладу. Цей процес ще більше ускладнюється контекстно-залежними значеннями, оскільки багато термінів мають кілька тлумачень залежно від їх використання в різних галузях. Крім того, широке використання абревіатур і акронімів у технічних дисциплінах створює проблеми для узгодженості перекладу, оскільки деякі мови їх локалізують, а інші зберігають англійські версії. Відмінності в граматичних структурах, правилах словотворення та культурних перспективах додатково впливають на те, як технічні концепції адаптуються в різних мовах.

Математична термінологія, хоч і заснована на універсальних символах, у різних мовах відрізняється умовами найменування, що може призвести до неузгодженості у професійному спілкуванні. Постійний розвиток нових технологій вводить нові терміни швидше, ніж стандартні переклади, що призводить до утворення гібридного словника, де англійські терміни співіснують із локалізованими еквівалентами.

У цій статті розглядаються ключові проблеми перекладу комп'ютерної та математичної термінології, аналізується вплив лінгвістичних структур, галузевих стандартів і технологічних досягнень. У статті також обговорюються методи для забезпечення точних, зрозумілих і зручних перекладів, наголошується на важливості співпраці між лінгвістами, технічними експертами та професіоналами галузі. Результати підкреслюють необхідність стандартизованого, але гнучкого підходу до перекладу, який збалансовує ясність, послідовність і доступність у все більш глобалізованому технологійному середовищі.

Ключові слова: *переклад, комп'ютерна термінологія, математична термінологія, технічний переклад, лінгвістичні проблеми, запозичення, абревіатури, стандартизація, адаптація термінології, контекстно-залежні значення, галузеві стандарти, локалізація, глобалізація, машинний переклад, багатомовна комунікація.*

УДК 811.111’37:81’42:070
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/10

Сунько Н. О.
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Швед В. Б.
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ СЛЕНГУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

У статті розглянуто особливості відтворення сленгової лексики українською мовою, враховуючи її структурно-семантичні характеристики, стилістичні особливості та способи адаптації. Досліджено основні труднощі перекладу сленгу, що виникають у процесі трансформації неформальної лексики з однієї мовної системи в іншу. Було детально проаналізовано різні види лексичних трансформацій, такі як транскрипція, транслітерація, калькування, описовий переклад та приблизний переклад, які використовуються для збереження автентичності сленгових висловлювань.

Особлива увага приділяється аналізу ефективності різних перекладацьких трансформацій та їх застосуванню у конкретних контекстах. На основі аналізу 50 сленгових одиниць з англомовних періодичних видань встановлено, що найбільш поширеними техніками перекладу є приблизний переклад (40%) та описовий переклад (26%), які найкраще зберігають смислове навантаження та емоційний тон оригінального вислову. Дослідження показує, що транскрипція, транслітерація та калькування використовуються рідше, а збереження сленгізму мовою оригіналу є найменш уживаним методом.

У статті було розглянуто конкретні приклади перекладу сленгових виразів з американських та британських періодичних видань та продемонстровано, як різні лексичні трансформації допомагають зберегти експресивність оригіналу при перекладі українською мовою. У статті підкреслюється важливість врахування контексту, цільової аудиторії та особливостей самого сленгового виразу при виборі конкретної перекладацької трансформації. Дослідження підкреслює необхідність комплексного підходу до перекладу сленгу та врахування різноманітних факторів для забезпечення ефективної міжмовної комунікації.

Результати дослідження можуть бути корисними для лінгвістів, перекладачів і фахівців у сфері мовної політики, оскільки дозволяють глибше зрозуміти процес інтеграції сленгових елементів у систему сучасної української мови та їхній вплив на мовну норму.

Ключові слова: *сленг, лексичні перекладацькі трансформації, засоби масової комунікації, приблизний переклад, описовий переклад, транскрипція, транслітерація, калькування.*

Постановка проблеми. У статті розглядається проблема використання лексичних трансформацій при перекладі сленгу з англійської на українську мову, що є актуальним питанням у контексті сучасного мовознавства та перекладознавства. Сучасні комунікативні процеси та глобалізація сприяють активному розвитку сленгу, який має свої специфічні особливості та експресивні характеристики, що не завжди мають прямі еквіваленти в українській мові. Це ускладнює процес перекладу та вимагає застосування різноманітних лексичних трансформацій для збереження автентичності та експресивності оригіналу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема перекладу сленгу та використання лексичних трансформацій досліджувалася багатьма науковцями. Зокрема, значний внесок у вивчення цього питання зробили Л. Білозерська, Я. Низенко та Н. Григоренко, які розглядали прагматичні підходи до перекладу молодіжного сленгу та важливість пошуку нестандартних еквівалентів у цільовій мові. В свою чергу різноаспектний аналіз сленгізмів крізь призму лексико-стилістичної парадигми було ґрунтовно досліджено у фундаментальних працях таких зарубіжних лінгвістів, як Е. Патрідж, Г. Менкен та Л. Блумфілд . Їхні напрацювання, а також дослідження представників різних лінгвістичних шкіл, становлять методологічну основу для подальших наукових пошуків у цій галузі.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження особливостей використання лексичних трансформацій при перекладі сленгу з англійської мови на українську, виявлення основних типів

трансформацій та аналіз їх ефективності у збереженні експресивності та автентичності оригіналу. Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких завдань: визначити основні види лексичних трансформацій, проаналізувати їх застосування на конкретних прикладах, оцінити ефективність різних підходів до перекладу сленгу.

Виклад основного матеріалу. Л. Білозерська підкреслює значущість перекладацьких трансформацій для ефективного перекладу медійних текстів, які включають у себе адаптацію до мови та культури призначеного отримувача [2]. До таких трансформацій належать[4, с. 81–86]:

Транскрипція та транслітерація використовуються для передачі звучання сленгових висловлювань у цільовій мові. Транскрипція передає звукову форму слова, як у випадку, наприклад, англійського сленгового виразу "*boomer*" українською мовою може бути транскрибований як "*бумер*". Транслітерація передає графічну форму слова, зазвичай використовується для термінів, які вже увійшли в словник цільової мови, але написані за іншим алфавітом. Наприклад, англійський сленгізм «*ASAP*» (as soon as possible) може бути передано як «*АСАП*».

Калькування передбачає дослівне вживання слів або виразів з оригінальної мови в цільовій мові. Наприклад, англійський сленгізм "*goddamned doctor*" може бути перекладений українською як "*чортів лікар*".

Описовий переклад використовується для передачі смислу слова або виразу шляхом опису або роз'яснення. Наприклад, англійський сленг "*IRL*" може бути описаний українською як "*в реальному житті*", замість дослівного перекладу.

Переклад через пряме включення – це включення сленгових виразів у текст у вигляді цитат або прямих вставок оригінальною мовою в початковій формі. Наприклад, англійський сленг "*Nike pro*" може бути включений у речення з значенням, що людина є дуже привабливою, наприклад: "*Він справжній Nike pro*".

Приблизний переклад передбачає використання близьких за значенням слів або виразів у цільовій мові для передачі схожого смислу оригіналу. Наприклад, англійський сленг "*awesome*" може бути перекладений українською як "*класно*" або "*чудово*".

Кожен з цих методів має свої особливості та сфери застосування, що дозволяє перекладачам обирати найбільш ефективний спосіб передачі сленгових виразів у конкретному контексті... Розглянемо приклади які були вибрані методом суцільної вибірки з англомовних періодичних видань, що дозволяє зрозуміти широкий спектр можливих трансформацій, використаних перекладачами для збереження експресивності та автентичності сленгу більш детально:

"*Oh yeah, we* ***ate that up*** *like it was ice cream"* [14, 14.12.2023]

О так, ***ми з'їли це****, як морозиво*

У даному випадку використано калькування для відтворення особливостей оригіналу українською мовою. В оригінальному висловлюванні "*ate that up*" має переносне значення, що означає успішне прийняття або запам'ятання чогось. Українська фраза "*з'їли це*" є дослівним перекладом цього виразу, відображаючи його значення та виразність. Використання калькування дозволяє зберегти експресивність та автентичність оригінального висловлювання. Фраза "*з'їли це*" має той самий відтінок успіху та ентузіазму, який міститься у висловленні "*ate that up*".

"Being a bit ***cheugy*** *from time to time is acceptable and probably unavoidable. As one* ***TikToker*** *said, It's OK, we all have a little* ***cheug*** *in us."* [14, 04.05.2023]

Час від часу бути дещо ***застарілим*** *прийнятно і, ймовірно, неминуче. Як сказав один* ***тіктокер****: "Ну що, всі ми іноді* ***виходимо з моди****".*

У зазначеному прикладі слово "*cheugy*" вживається для опису чогось застарілого або людини, яка намагається дуже сильно виглядати стильною, але виходить з моди. У перекладі використано описовий підхід: "*застарілим*" для передачі основного смислу слова. Це дозволяє зберегти експресивність та автентичність оригінального висловлювання, надаючи українському читачеві зрозуміле відображення значення "*cheugy*".

"*TikToker*" – це термін, який використовується для опису користувачів соціальної мережі TikTok. У перекладі використано транскрипцію, тобто термін "*TikToker*" збережено в оригінальній англійській формі, але з адаптацією до українського фонетичного прочитання. Це допомагає зберегти автентичність та специфічність терміну, що важливо для розуміння контексту та культурного відтінку.

"The perfect ***fit****: how sport and fashion became a dream team" [15, 28.10.2023]*

Ідеальне ***поєднання****: як спорт і мода міксуються разом*

У цьому прикладі лексична трансформація відбулася через приблизний переклад. В оригіналі використовується вираз "*fit*", який у контексті може мати кілька значень. Український переклад

"ідеальне поєднання" відображає схоже значення і зберігає експресивність оригіналу, дозволяючи читачу зрозуміти, що йдеться про гармонійне поєднання спорту та моди.

"He never loses a service game. He wins 30 grand slams. Is he the ***GOAT (greatest of all time****)? No. The idea is ridiculous"* [17, 12.06.2023]

Він ніколи не програє гру на подачі. Він виграє 30 турнірів Великого шолома. Він ***найвеличніший гравець усіх часів****? Ні. Ідея смішна*

У цьому виразі "*GOAT*" є скороченням від "*greatest of all time*" і використовується для позначення найвидатніших спортсменів або артистів у своїй галузі. В українському перекладі відбулася лексична трансформація через описовий переклад "*найвеличніший гравець усіх часів*". Цей підхід дозволяє зберегти експресивність оригіналу та передати його значення українському читачу, який може не бути знайомим з англомовним скороченням.

*"****Hits different*** *has become an internet phrase to describe an elevated feeling"* [17, 26.01.2024]

*"****Hits different****" стало інтернет-фразою для опису піднесеного почуття.*

У цьому висловлюванні, термін "*hits different*" було збережено мовою оригіналу. Перекладач залишив цей термін незмінним, оскільки він є ключовим для вираження конкретного смислу та емоційного забарвлення, яке важко передати з точністю за допомогою перекладу. Термін "*hits different*" став частиною інтернет-мови та має свою унікальну конотацію та відтінок, який може бути важко відтворити в іншій мові. Таким чином, залишивши цей термін без перекладу, перекладач зберігає його автентичність та експресивність, що дозволяє краще розуміти і відчувати оригінальне висловлювання, зберігаючи його індивідуальність та кольорит.

"... tea rounds and surviving meetings ***IRL****: the new rules of the office"* [16, 17.05.2022]

...чаювання та переживання ***в реальному житті****: нові правила офісу.*

У цьому висловлюванні, абревіатура "*IRL*" перекладено як "*в реальному житті*". Такий описовий переклад дозволяє читачам зрозуміти, що описується ситуація, коли розмова йде про реальні обставини, а не віртуальні або імітовані. Це зберігає експресивність та автентичність оригінального висловлювання, адаптуючи його до української мовної та культурної специфіки.

"This is often highly specific, an ***IYKYK*** *wink"* [16, 04.01.2024]

Це часто дуже конкретно, підморгування "хто знає, той знає".

У цьому прикладі, абревіатура "*IYKYK*" перекладено описово як "*хто знає, той знає*". Такий переклад забезпечує читачам розуміння, що висловлювання адресоване тим, хто розуміє певний контекст або ситуацію. Описовий переклад зберігає експресивність та автентичність оригінального висловлювання, дозволяючи передати його зміст українською мовою.

"Its limited-edition runs and "drops" tap into the ***hypebeast*** *culture of fashion."* [14, 04.01.2024]

Його лімітована колекція і "дропи" вписуються в культуру ***ажіотажної*** *моди.*

У цьому висловлюванні, термін "*hypebeast*" використано як приклад перекладу через приблизний еквівалент. Відповідним українським терміном, що передає схоже значення та стиль, є "*ажіотажна мода*". Такий переклад дозволяє зберегти автентичність та експресивність оригінального висловлювання, враховуючи особливості української мови та культури.

"Enjoy a ***low-key*** *reset after all the OTT fun"* [15, 31.12.2023]

Насолоджуйтесь ***невимушеним*** *розвантаженням після всіх розваг OTT*

У даному випадку, фраза "*low-key reset*" була перекладена як "невимушене розвантаження". "*Low-key*" є тут сленговим виразом, що вживається для позначення чогось невеликого, непомітного або неспектакулярного. У перекладі цей вираз було замінено більш традиційним виразом "*невимушене*", що передає приблизно той самий сенс. Таким чином, використання трансформації допомогло зберегти експресивність та автентичність оригінального сленгового висловлювання, адже в обох випадках передається ідея невеликого або неспектакулярного відпочинку після активних розваг.

*"Loafers, blazers, argyle and rugby shirts might sound more like classic boome****r*** *wardrobe staples, but with the* ***preppy*** *look back in fashion ..."* [17, 27.08.2021]

Лофери, блейзери, регбі-сорочки можуть звучати більше як класичні предмети гардеробу бумерів, враховуючи, що ***стильний*** *вигляд знову в моді...*

У цьому випадку, "*preppy*" було перекладено як "*стильний вигляд*". "*Preppy*" є тут сленговим терміном, що вживається для позначення стилю одягу, що асоціюється з підлітковим американським модним напрямком. В перекладі цей термін було замінено більш стандартним та зрозумілим виразом "*стильний вигляд*", що допомогло зберегти експресивність та автентичність оригіналу, передаючи суть сленгового терміну.

*"And he's super **salty**."* [16, 16.05.2024]

*І він супер-**злий**.*

У цьому прикладі використано приблизний переклад, де "*salty*" перекладено як "*злий*". Оригінальний англійський вираз "*salty*" вживається для опису людини, яка виражає злість, роздратування або образу, часто зі смішним або цинічним підтекстом. Український переклад "*злий*" передає загальне емоційне забарвлення, але може не відтворити всю експресивність та відтінки значення "*salty*".

*"But still: when contestant Nikki explains her makeup style thusly – **Slay** is like when you **slay**."* [16, 06.04.2024]

*Але все ж: коли учасниця Ніккі пояснює свій стиль макіяжу так: "**Супер-стиль** – це як коли ти **супер-стильний**." (Slay – To be extremely stylish or successful)*

У цьому випадку використано описовий переклад, де вираз "*slay*" розшифровано як "*супер-стиль*". Оригінальний вираз "*slay*" в англійській мові вживається для підкреслення стильності, елегантності або успішності. Український переклад допомагає передати загальне значення "*slay*", але втрачає специфічну експресивність оригіналу.

*"... while **'yassify'** won informal word of the year"* [14, 10.01.2022]

*... у той час як "**yassify**" виграв у номінації "неформальне слово року"*

У цьому прикладі мовний сленг "*yassify*" збережено без будь-якої лексичної трансформації. Термін "*yassify*" використовується для опису драматичної перетвореності або застосування кількох фільтрів краси до зображення до того, як особа стає абсолютно нерозпізнаваною. У перекладі "*yassify*" зберігається як сленговий термін, оскільки немає еквіваленту в українській мові, який може точно передати його сенс та емоційне забарвлення.

*"**Fauci ouchie**, the rhyming phrase for a Covid-19 vaccine dreamed up in honour of Dr Anthony Fauci, has been named the "most creative word or phrase of the year" by the American Dialect Society"* [15, 10.01.2022]

*"**Фочі-очі**", римована фраза для вакцини проти Covid-19, придуманої на честь доктора Ентоні Фочі, була названа "найкреативнішим словом або фразою року" Американським діалектним товариством.*

У цьому прикладі використовується транскрипція англійського сленгового виразу "*Fauci ouchie*", що визначається як римована фраза для вакцини проти Covid-19, придумана на честь доктора Ентоні Фочі. Транскрипція "*Фочі-очі*" зберігає експресивність та автентичність оригінального вислову, дозволяючи українському читачеві зрозуміти контекст та емоційне забарвлення виразу.

*"If you really want to embrace the infinite wisdom of "**YOLO**", there are better ways to spend your time this Valentine's Day"* [15, 10.02.2021]

*Якщо ви дійсно хочете охопити нескінченну мудрість "**Один раз живемо!**", є кращі способи провести час у цей День Святого Валентина.*

У цьому прикладі використано лексичну трансформацію у вигляді описового перекладу для збереження експресивності та автентичності сленгового висловлювання "*YOLO*" ("*You Only Live Once*"). Описовий переклад "*Один раз живемо!*" дозволяє передати основне сенсове значення сленгового вислову, яке підкреслює ідею короткочасності життя та заохочує до насолоди моментом. Така лексична трансформація дозволяє зберегти експресивність та автентичність оригінального висловлювання, забезпечуючи його зрозумілість.

***"Sloshed**, plastered and gazeboed: why Britons have 546 words for drunkenness"* [17, 21.02.2024]

***Напідпитку**, п'яні та під-шофе: чому у британців 546 слів для позначення пияцтва*

У цьому прикладі використано приблизний переклад для збереження експресивності та автентичності сленгового висловлювання "*sloshed*". Приблизний переклад "*напідпитку*" передає основне сенсове значення та емоційний відтінок оригінального вислову, що характеризує стан сп'яніння. Ця лексична трансформація дозволяє українському читачеві зрозуміти і відчути аналогічність ситуації, яка описується в оригінальному тексті, зберігаючи при цьому експресивність та автентичність сленгового вислову.

*"Pokémon Scarlet and Violet players are losing their save files after downloading the games' latest updates. As the kids say, **big yikes**."* [17, 08.03.2023]

*Гравці Pokémon Scarlet і Violet втрачають свої збережені файли після завантаження останніх оновлень ігор. Як кажуть діти, це **дуже кринжово**.*

У цьому прикладі використано приблизний переклад для виразу "*big yikes*", який передає його смислове значення "*це дуже кринжово*". Це дозволяє зберегти емоційне забарвлення та експресивність оригінального висловлювання, але при цьому втрачається точність перекладу, що може призвести до невеликої втрати автентичності. Однак, враховуючи специфіку цього висловлювання та його контекст, приблизний переклад є прийнятним варіантом для передачі емоційного забарвлення тексту.

*"... **Bruh**, you need a better barber..."* [15, 31.07.2022]

*...**Бро**, тобі треба кращий барбер…*

У цьому виразі використано транскрипцію "*Bruh*", яка є спрощеною формою англійського слова "*bro*" (брат). Український переклад "*Бро*" відтворює тон сленгового виразу, що є виразом дружнього звернення або вираження розуміння.

*"Nora is just starting school, and her sobbing mini-**drama-queen** distress at the school gates discomforts her dad…"* [15, 21.04.2022]

*Нора тільки йде до школи, і її вигляд **міні-королеви драми** біля шкільних воріт викликає дискомфорт у її тата...*

У цьому реченні використано калькування для перекладу сленгового виразу "*mini-drama-queen*". Український варіант "*міні-королева драми*" відтворює сенс оригіналу, але зберігається автентичність виразу, що використовується для опису особливостей поведінки Нори. Також у фразі "*sobbing mini-drama-queen distress*" відтворено експресивність оригіналу, що допомагає зберегти автентичність виразу.

*"**Karen**" is commonly used in the US to refer to a strident middle-class white woman who talks down to people of colour, usually in serving-staff positions."* [16, 14.04.2020]

*Ім'я "**Карен**" зазвичай використовується в США для позначення різкої білої жінки середнього класу, яка розмовляє з етнічними меншинами як з обслуговуючим персоналом.*

У прикладі з "*Karen*" використовано техніку транслітерації для збереження експресивності та автентичності сленгового висловлення. Специфічний термін "*Karen*" має власне значення, вказуючи на білу жінку середнього класу, яка демонструє певні стереотипи та упередження.

*"The backlash resulted in Sonmez's post getting "**ratio'd**" – the term for when a tweet attracts substantially more replies than the number of retweets or likes, suggesting it has been divisive or badly received."* [14, 27.01.2020]

*Негативна реакція призвела до того, що допис Сонмеза отримав **"ratio'd"** – термін, коли твіт привертає значно більше коментарів, ніж кількість ретвітів або лайків, що свідчить про те, що він викликав розбіжності або був погано сприйнятий.*

У цьому прикладі використано сленговий вираз "*ratio'd*", який не має прямого еквіваленту в українській мові. Таким чином, перекладач зберіг мову оригіналу, залишаючи термін "*ratio'd*" без змін. Це сприяє збереженню експресивності та автентичності сленгового виразу, оскільки будь-який інший переклад або адаптація могли б втратити відтінок та значення оригіналу.

Додатково, в реченні надається пояснення, що означає термін "*ratio'd*", що допомагає читачеві зрозуміти його контекст та емоційне навантаження. Це важливо для забезпечення належного розуміння аудиторією, зберігаючи при цьому автентичність сленгового висловлювання.

*"Get drunk and **spill the tea**!"* [16, 21.06.2023]

*Нап'ємося і **попліткуємо**!*

У цьому прикладі використано сленговий вираз "*spill the tea*", який означає розповідати секрети або розслідувати чутки. Перекладач використав приблизний переклад, переклавши його як "*попліткуємо*", що передає схоже значення українською мовою.

Отже, аналіз показав, що використання різних лексичних трансформацій є важливим засобом передачі не лише значення сленгу, а й його емоційного відтінку та стилю мовлення. За результатами аналізу 50 слів та фраз встановлено, що найбільш поширеними техніками перекладу сленгу із газет The Guardian, CNN, The Sun and Good Morning America є приблизний переклад (40% – 20 одиниць) та описовий переклад (26% – 13 одиниць). Ці методи дозволяють зберегти смислове навантаження та вираження емоційного тону оригінального вислову, але за рахунок зміни форми висловлення. Транскрипція та транслітерація (14% – 7 одиниць) та калькування (13% – 6 одиниць) також використовуються для перекладу сленгу, але у меншій мірі. Ці методи дозволяють відтворити фонетичну або графічну форму слова, але не завжди передають його семантику та емоційне забарвлення. Збереження сленгізму мовою оригіналу (8% – 4 одиниці) є найменш використовуваним методом, що вказує на те, що перекладачі віддають перевагу збереженню смислового навантаження та емоційного забарвлення вислову, ніж точності відтворення його форми (див. рис. 1).

Висновки. У результаті проведеного дослідження відтворення сленгу з англійської на українську мову можна зробити кілька важливих висновків. По-перше, було встановлено, що використання різних видів лексичних трансформацій є необхідним інструментом для забезпечення адекватного перекладу сленгових висловлювань. Детальний аналіз показав, що найбільш ефективними методами є приблизний та описовий переклади, які дозволяють найкраще зберегти експресивність та автентичність оригіналу.



Рис. 1. Застосування лексичних трансформацій для збереження експресивності та автентичності сленгових висловлювань

По-друге, кількісний аналіз використання різних типів трансформацій виявив чітку тенденцію у перекладацькій практиці: приблизний переклад (40%) та описовий переклад (26%) становлять більшість випадків, тоді як калькування (14%), транскрипція та транслітерація (13%), і збереження оригінального сленгізму (8%) використовуються рідше. Такий розподіл свідчить про пріоритетність збереження смислового та емоційного навантаження над формальною відповідністю.

По-третє, дослідження підтвердило, що вибір конкретної лексичної трансформації залежить від контексту, цільової аудиторії та особливостей самого сленгового виразу. Перекладачі прагнуть знайти оптимальний баланс між збереженням автентичності оригіналу та забезпеченням зрозумілості для українського читача.

Перспективи подальших розвідок можуть бути спрямовані на вивчення динаміки розвитку сленгу в онлайн-середовищі, аналіз впливу культурних факторів на переклад сленгу, а також дослідження нових тенденцій у використанні сленгу в медіапросторі.

Загалом, проведене дослідження підкреслює важливість комплексного підходу до перекладу сленгу та необхідність врахування різноманітних факторів для забезпечення ефективної міжмовної комунікації в сучасному суспільстві.

Список літератури:

1. Андрійчук К. Ю. Англомовний сленг: перекладацький аспект. Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Філологічні науки, Кн. 2., 2016. С. 92–95.

2. Білозерська Л. П., Возненко Н. Термінологія та переклад. Вінниця : Нова Книга., 2010. 232 с.

3. Бобровська А. Е., Гнєдкова О. Г. Специфіка перекладу англійського sms-сленгу українською мовою. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Перекладознавство. Т. 35. № 6. 2024. С. 81–86. URL: http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/35-74-6

4. Бойко Н. І. Українська експресивна лексики в словнику, мові та мовленні: навчальний посібник для студентів філологічних спеціальностей. Ніжин: Редакційно-видавничий відділ НДПУ ім. М. Гоголя, 2002. 280 с.

5. Василенко Ю.А. Сучасний український молодіжний сленг. Львів, 2009. С. 8.

6. Гаврилюк Я. А. Modern slang. Types and ways of translation. Яна Андріївна Гаврилюк. Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова. 2020. С. 8–9.

7. Денисюк, Л. В., Данілова Н. Р. Англійський молодіжний сленг як засіб самовираження та відображення світогляду тінейджерів. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2014. Вип. 2. С. 205–208.

8. Медвідь О. М., Андріяш О. Г. Англійський сленг в українській мові. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. 2019. Т. 30. № 4. С. 78–85. URL: http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/archive?id=41

9. Низенко Я., Григоренко Н. Основні труднощі адекватного перекладу нестандартної лексики англійської мови. URL: http://www.rusnauka.com/16_NPRT_2012/Philologia/6_111668.doc.htm.

10. Рекунов Є. Специфіка відтворення сленгу в перекладах художніх текстів. кваліф. роб.(проєкт). Херсон : 2020. 20–29 с.
11. Стишов О.А. Нові іншомовні слова в українськомовних ЗМІ початку XXI ст. Studia philologica. 2017. Вип. 9. С. 66–75.
12. Столярчук О. В. Молодіжний сленг: функційнальний, лексикосемантичний та структурний аспекти : дис. … канд. філол. наук : 10.02.15. Одеса, 2015. 224 с.
13. Штепуляк О. С. Головні особливості та способи перекладу політичного сленгу. КНУКіМ «Молодий вчений» № 3 (30). Київ, 2016. 564–568 с.
14. The Guardian. URL: https://www.theguardian.com/international
15. The Sun. URL: https://www.thesun.co.uk/
16. CNN. URL: https://edition.cnn.com
17. Good Morning America URL: https://www.goodmorningamerica.com

Sun'ko N. O., Shved V. B. SLANG PECULIARITIES REPRODUCTION IN THE UKRAINIAN LANGUAGE

The article deals with the peculiarities of rendering slang vocabulary into Ukrainian, taking into account its structural and semantic characteristics, stylistic features and methods of adaptation. The main difficulties in translating slang that arise in the process of transformation of informal vocabulary from one language system to another are investigated. Different types of lexical transformations, such as transcription, transliteration, calque, descriptive translation and approximate translation, which are used to preserve the authenticity of slang expressions, are analysed in detail.

Special attention is paid to the analysis of the effectiveness of various translation transformations and their use in specific contexts. Based on the analysis of 50 slang units from English-language mass media, it was found that the most common translation techniques are approximate translation (40%) and descriptive translation (26%), which best preserve the semantic load and emotional tone of the original expression. The study shows that transcription, transliteration and calque are used less frequently, and preserving slang in the original language is the least commonly used method.

The article examines specific examples of translation of slang expressions from American and British mass media and demonstrates how various lexical transformations help to preserve the expressivity of the original when translated into Ukrainian. The article emphasises the importance of taking into account the context, target audience and peculiarities of the slang expression itself when choosing a particular translation transformation. The study emphasises the need for a comprehensive approach to slang translation and consideration of various factors to ensure effective interlingual communication.

The results of the study can be useful for linguists, translators and language policy experts, as they allow for a deeper understanding of the process of integration of slang elements into the system of the modern Ukrainian language and their impact on the language norm.

Key words: *slang, lexical translation transformations, mass media, approximate translation, descriptive translation, transcription, transliteration, calque.*

УДК 81’373.612.2:81’25:81’1
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/11

Шишко А. В.
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

Пономаренко О. О.
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДУ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ ТА НІМЕЦЬКОМОВНИХ МЕДІА ТЕКСТАХ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Стаття присвячена комплексному порівняльному аналізу перекладу неологізмів, що вживаються у сучасних англомовних та німецькомовних медіа текстах, українською мовою. Актуальність дослідження зумовлена активною інтеграцією нових лексичних одиниць у світовий інформаційний простір та необхідністю їхньої адекватної адаптації у перекладному дискурсі. Відтворення цих неологізмів українською мовою є важливим завданням сучасного перекладознавства, оскільки їхня адаптація визначає рівень інтеграції нових концептів у мовний простір цільової аудиторії. Особливу увагу приділено збереженню семантичної точності, прагматичної еквівалентності та функціональної адекватності під час адаптації неологізмів в українському медійному дискурсі. Розглянуто основні словотвірні механізми формування нових термінів в англійській та німецькій мовах, а також визначено найбільш продуктивні трансляційні стратегії їхнього перекладу. У статті систематизовано й класифіковано такі методи перекладу, як калькування, адаптація, транскрипція, транслітерація, гібридне запозичення та описовий переклад. Проаналізовано труднощі, пов’язані із збереженням вихідного значення, прагматичного навантаження та структурної відповідності в мові перекладу. На основі проведеного аналізу виявлено особливості перекладу сучасних термінів, таких як «vibe shift», «cancel culture», «Flugscham», «Klimakleber» тощо, та досліджено варіанти їхньої адаптації в українському медійному просторі. Отримані результати засвідчують існування різних підходів до перекладу неологізмів залежно від їхнього походження, морфологічної структури та контексту вживання. Дослідження сприяє поглибленню розуміння впливу медіа контенту на мовний ландшафт і вдосконаленню методологічних засад перекладу нових лексичних одиниць у сучасному медійному дискурсі.

Ключові слова: *адаптація, калькування, медіа контент, мовна еволюція, описовий переклад, транслітерація.*

Постановка проблеми. У сучасному інформаційному просторі неологізми постають важливими лінгвістичними маркерами суспільних трансформацій, відображаючи динаміку соціальних, культурних, економічних і технологічних змін. Англомовні та німецькомовні медіа тексти відіграють ключову роль у продукуванні, а також популяризації нових лексичних одиниць, які активно циркулюють у цифрових комунікативних просторах і традиційних медіа. Переклад неологізмів українською мовою є важливим завданням сучасного перекладознавства, оскільки їхня адаптація визначає рівень інтеграції нових концептів у мовний простір цільової аудиторії [3, с. 128]. Попри численні дослідження, які розглядають проблему запозичень та адаптації іншомовних лексем [2; 4; 5], аспекти перекладу неологізмів у медійному контексті залишаються недостатньо вивченими, особливо з урахуванням порівняльного аналізу англомовних та німецькомовних джерел. Різні моделі словотвору, культурні особливості, а також варіативність сприйняття нових термінів обумовлюють необхідність ретельного аналізу перекладацьких стратегій, які здатні забезпечити семантичну точність, прагматичну еквівалентність і функціональну відповідність нових лексичних одиниць у мові перекладу.

Отже, необхідність проведення порівняльного аналізу перекладу неологізмів з англомовних та німецькомовних медіа текстів українською мовою є актуальним завданням сучасної лінгвістики. У цьому контексті необхідно не лише систематизувати основні способи адаптації нових лексич-

них одиниць, але й визначити ефективні методи їх впровадження в український медіа дискурс.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження неологізмів у сучасних англомовних та німецькомовних медіа охоплюють широкий спектр питань. Науковці зосереджують увагу на неологізмах, що виникли внаслідок глобальних подій, наприклад, Є. Корнєлаєва [3] аналізує лексичні інновації, що з'явилися під час пандемії COVID-19 у британських медіа. Г. Вусик і Н. Павлик [1] вивчають неологізми, пов'язані з російсько-українською війною, визначаючи їхню роль у формуванні національної ідентичності. Подібний підхід використовує О. Щербак [9], розглядаючи лінгвориторичні стратегії репрезентації війни в німецькомовних медіа. Перекладацькі підходи до адаптації термінологічних неологізмів досліджують О. Гнєдкова та Я. Вдодович [2], а також Н. Сухачова [8]. Л. Підкамінна [7] звертається до проблеми номінації нових професійних назв в українській мові, що також є важливим аспектом перекладної адаптації. Дослідження перекладу неологізмів у медіа просторі представлено у працях С. Литвин та О. Щербак [5], які розглядають стратегії адаптації заголовків англомовних та німецькомовних новин. Це дослідження є особливо значущим, оскільки заголовки часто стають носіями нових термінів, що швидко поширюються в суспільному дискурсі. До узагальнюючих праць, що охоплюють широке коло питань, належать дослідження О. Остафійчука [6] та О. Костенко [4], які аналізують процеси утворення, функціонування та перекладу англомовних неологізмів в українському дискурсі.

Таким чином, аналіз літератури підтверджує актуальність дослідження перекладу неологізмів та засвідчує необхідність подальших наукових пошуків, зокрема у сфері міжкультурної комунікації та трансляційних стратегій адаптації нових лексичних одиниць.

Постановка завдання. Метою статті є здійснення порівняльного аналізу перекладу неологізмів із сучасних англомовних та німецькомовних медіа текстів українською мовою з урахуванням семантичної точності, прагматичної еквівалентності та функціональної адекватності у процесі їх адаптації в українському медійному дискурсі.

Виклад основного матеріалу. У широкому сенсі неологізм – це лексична інновація, що відображає процеси мовної динаміки та реакцію мовної системи на екстралінгвістичні зміни. Фахівцями встановлено, що неологізм може бути створений через деривацію, словоскладання, семантичну неологізацію або запозичення й адаптацію іншомовних лексем. Функціональна природа цих одиниць залежить від їхнього прагматичного навантаження, частотності вживання й соціолінгвістичного статусу, а їхня стабілізація у мовній системі є наслідком стилістичної релевантності та когнітивного сприйняття носіями мови. При перекладі неологізмів з англійської та німецької мов на українську застосовуються різноманітні трансляційні стратегії, що відображають як структурні особливості мови оригіналу та мови перекладу, так і прагматичні аспекти функціонування нових лексичних одиниць у дискурсі. До основних перекладацьких стратегій, які використовують перекладачі у процесі відтворення неологізмів українською мовою, належать калькування, тобто механічне відтворення внутрішньої структури іншомовного неологізму за допомогою відповідних українських елементів (*«*metaverse» – «метавсесвіт»); фонетична або графічна адаптація («Brexit» – «Брекзит»)*;* семантична адаптація («fake news» – «фейкові новини», «cancel culture» – «культура скасування»). Іноді використовується гібридне запозичення, тобто інтеграція іншомовної лексеми шляхом поєднання її з елементами української мови, що сприяє її кращій сприйнятності в україномовному дискурсі (*«*streaming-сервіс», «блокчейн-технології»). Окрім того, перекладачі вдаються до адаптації через семантичне розширення або звуження значення – модифікація початкового змісту іншомовного неологізму відповідно до українських комунікативних норм («influencer» – «лідер думок»), що зменшує сферу вживання терміна, зосереджуючи його лише на суспільному впливі.

Порівнюючи переклад неологізмів з англійської та німецької мов, можна відзначити, що англомовні неологізми частіше проникають у світовий медіа простір у формі запозичень без адаптації (*«streaming», «blockchain»*), тоді як німецькомовні неологізми зазвичай мають описовий характер (*«Datenautobahn» – «інформаційна магістраль»*). Німецька мова тяжіє до словоскладання, що створює труднощі у перекладі, оскільки довгі складні слова часто потребують розчленованого підходу. Відповідно, в українській мові частіше використовується калькування для англійських неологізмів і описовий переклад для німецьких.

Згідно з результатами аналізу англомовного медіа контенту, в його текстах активно використовуються неологізми з таких сфер, як технології та цифровий світ (***«Chatbotification»*** *– «процес автоматизації комунікації за допомогою*

чат-ботів»; ***«Deinfluencing»*** *– «тренд у соціальних мережах, спрямований на зменшення впливу інфлюенсерів»*; ***«Dark UX»*** *– «маніпулятивні дизайнерські рішення, які змушують користувачів здійснювати небажані дії»*); соціальні тенденції та комунікація (***«Goblin mode»*** *– «стиль життя, що характеризується відмовою від соціальних норм і безтурботним ставленням»*; ***«Quiet quitting»*** *– «ситуація, коли працівник виконує лише мінімально необхідні обов'язки без додаткової ініціативи»*; ***«Climatxiety»*** *– «тривога через глобальні зміни клімату»*). Неологізми зафіксовано також у текстах культурної тематики та стилю життя (***«Cottagecore»*** *– «стиль життя та естетика, що ідеалізує сільське життя»*; ***«Vibe shift»*** *– «значні зміни в культурних чи соціальних тенденціях»*); а також економіки та праці (***«Career cushioning»*** *– «стратегія пошуку нових можливостей роботи ще до втрати поточної»*; ***«Boomerang employee»*** *– «працівник, який повертається до компанії після звільнення»*).

У заголовку статті *«The viral quiz of the year! What exactly was goblin mode and how did Louis Theroux set TikTok ablaze?»* від 27 грудня 2022 року, розміщеної на сайті ***The Guardian*** [11], зафіксовано неологічні словосполучення ***«Goblin mode»*** та ***«Set TikTok ablaze».*** Перший означає стиль життя, за якого людина відмовляється від соціальних норм і веде безладне, неорганізоване існування, а фраза ***«Set TikTok ablaze»*** вказує на те, що щось стало вірусним у TikTok. Відтворюючи зазначені неологізми українською мовою, можна використати такі стратегії перекладу, як калькування, описовий переклад або запозичення зі зміною форми. Застосовуючи калькування, перекладач здійснює дослівний переклад – «гоблін-режим», що передає оригінальну форму, але може потребувати пояснення. Зі свого боку, описовий переклад («режим повного нехлюйства» / «антисоціальний режим поведінки»), на нашу думку, буде важким для сприйняття українськомовним реципієнтом, особливо, якщо він застосовується для перекладу заголовка. Адаптація під сучасну українську лексику за допомогою запозичення зі зміною форми може звучати як «гоблін-лайфстайл». З огляду на це, кращим перекладом з адаптацією до контексту став би варіант «Що таке гоблін-режим і як Луїс Теру підірвав TikTok?».

У заголовку статті «*'Quiet quitting?' Everything about this so-called trend is nonsense»* [11] від 8 березня 2022 року вжито неологізм *«Quiet quitting»*, який позначає сучасну тенденцію виконання лише мінімально необхідних обов'язків на роботі без додаткової ініціативи.

У контексті аналізованого заголовка можна використовувати для перекладу неологізму *«quitting»* калькування та описовий переклад. При застосуванні калькування отримаємо українські слова «звільнення», що може бути не зовсім точним у цьому випадку, а також «тихе звільнення» – більш точне, але може викликати неоднозначне розуміння, за описового перекладу – «відмова від зайвої ініціативи на роботі» або «робочий мінімалізм». На нашу думку, кращим варіантом перекладу може бути «Тренд «тихого звільнення» – чи справді він існує, чи це лише медійний шум?», оскільки цей варіант передає основний зміст і зберігає контекст.

У статті під назвою *«If popular culture is anything to go by, 2024 is the year we simply gave up»* [11] від 30 грудня 2024 року зафіксовано неологізм *vibe shift*: *«If the 2010s were a battle cry against the excesses of capitalism, social injustice and climate breakdown, popular culture in 2024 seemed to have given up the fight. Of course, the cultural pendulum will no doubt swing back again. In his missive on the next* ***«vibe shift"****, written after Donald Trump's re-election, Monahan writes: «The* ***vibe shift*** *this time is a story about progressive millennials realising that when they declared total victory for their politics in 2020 – it was a pyrrhic victory …».*

Виокремлений неологізм – *vibe shift* – позначає зміну культурних та суспільних тенденцій, що впливають на сприйняття та поведінку людей. Якщо для перекладу цього неологізму використати калькування – *зміна вайбу* – то він буде звучати природно для молодіжної аудиторії, але менш формально. Більш офіційно і зрозуміло широкій аудиторії, на нашу думку, підійдуть варіанти «*зміна культурних тенденцій», «*зміна культурного курсу*»* та «культурний зсув», який отримаємо, застосовуючи описовий переклад, оскільки вони зберігають значення і звучать природно в контексті змін у суспільстві. З огляду на зазначене, найкращим перекладом фрагмента статті з аналізованим неологізмом стане: «Якщо 2010-ті були гаслом протесту проти надмірностей капіталізму, соціальної несправедливості та кліматичної кризи, то популярна культура 2024 року, здається, здалася. Звісно, культурний маятник неминуче знову хитнеться. У своїй статті про наступний ***культурний зсув***, написаній після переобрання Дональда Трампа, Монаган пише: «Цього разу ***зміна культурного курсу*** – це історія про те, як

прогресивні міленіали усвідомлюють, що їхня перемога у 2020 році була прірвою…».

До німецькомовних неологізмів, що активно використовуються в медіа, належать технології та цифровий світ, екологія та кліматичні зміни (*«Flugscham» – «почуття сорому за використання літаків через їхній екологічний вплив»*; *«Plastikvermeidung» – «уникнення використання пластику»*; *«Klimakleber» – «активісти, які приклеюються до доріг або будівель на знак протесту проти змін клімату»*), соціальні явища та робота (*«Arbeitsnomade» – «цифровий кочівник, який працює дистанційно з різних місць»*), культура, медіа та стиль життя (*«Nachhaltigkeit» – «стійкість, екологічно свідомий спосіб життя»*; *«Gönnjamin» – «людина, яка любить себе балувати»*, від *«gönnen» – «дозволяти собі щось приємне»*).

У статті *«Auf Tuchfühlung mit den Wählern»* [10] від 5 вересня 2024 року зафіксовано декілька неологізмів у контексті *«Ukraine, Digitalisierung, Reichensteuer, Tempolimit, Mietpreisbremse, Klimakleber – das Kanzlergespräch ist ein Ritt durch das, was das Volk bewegt»*, які можна проаналізувати у процесі перекладу та їхнього впливу на медіа дискурс. Термін ***«Digitalisierung»*** позначає *«цифровізацію»*, тобто *«процес переходу до цифрових технологій у різних сферах життя»*. ***«Reichensteuer»***, що дослівно означає *«податок для багатих»*, використовується для позначення прогресивного оподаткування заможних осіб. Поняття ***«Tempolimit»*** стосується *«обмеження швидкості»*, яке часто стає предметом обговорень щодо швидкісних обмежень на німецьких автобанах. ***«Mietpreisbremse»***, або *«обмеження зростання орендної плати»*, є механізмом регулювання ринку житла, який активно дискутується у політичному середовищі. Цікавий термін ***«Klimakleber»*** дослівно перекладається як *«кліматичні клейщики»* і стосується екоактивістів, які вдаються до радикальних методів протесту, приклеюючись до доріг чи будівель, щоб привернути увагу до проблеми змін клімату.

Переклад цих термінів українською мовою може здійснюватися різними стратегіями. Зокрема, калькування передбачає дослівне відтворення форми оригінального слова: «Digitalisierung» – «цифровізація», «Tempolimit» – «швидкісне обмеження», «Mietpreisbremse» – «гальмо орендних цін» (хоча цей варіант може виглядати неприродно). Описовий переклад допомагає передати зміст терміна через пояснення: «Reichensteuer» – «податок для заможних», «Mietpreisbremse» – «механізм обмеження орендної плати», «Klimakleber» – «екоактивісти, що використовують акції з приклеюванням». Ще одна стратегія – адаптація, яка наближує терміни до звичних понять у цільовій мові: «Reichensteuer» – «податок на розкіш», «Klimakleber» – «кліматичні протестувальники».

Таким чином, правильний вибір стратегії перекладу залежить від контексту використання, рівня формальності тексту та очікувань цільової аудиторії. Усі розглянуті неологізми є ключовими для розуміння сучасної німецькомовної медіа сфери та суспільного дискурсу.

У статті *«Sparpläne der Verkehrsbetriebe in Dresden: Aufgeschoben ist nicht aufgehoben»* [10] від 12 лютого 2025 року використано неологізм *«Nachhaltigkeit»* у контексті: «Heine zufolge war schon im Vorfeld der Ratssitzung nicht mit einer Entscheidung im Sinne einer auf ***Nachhaltigkeit*** angelegten Finanzierung zu rechnen gewesen». Це слово означає *«сталий розвиток»* або *«екологічну стійкість»* і відіграє важливу роль у сучасних дискусіях щодо довгострокових екологічних та фінансових стратегій. Переклад цього терміна українською мовою може здійснюватися за допомогою різних стратегій. Калькування передбачає безпосередній переклад: «сталий розвиток» або «екологічна стійкість», причому перший варіант є більш універсальним, а другий частіше використовується в контексті екологічної політики. Описовий переклад передбачає розширене пояснення значення, наприклад, «фінансування, спрямоване на збереження довкілля та раціональне використання ресурсів» або «екологічно орієнтоване фінансування». Ще одним підходом є запозичення з адаптацією, де можливий варіант «зелене фінансування», що часто застосовується у фінансовій термінології як аналог німецького «grüne Finanzierung».

Залежно від контексту слід обирати відповідну стратегію. У цьому випадку оптимальним варіантом перекладу є «сталий розвиток» або «екологічна стійкість», оскільки термін «Nachhaltigkeit» використовується для позначення фінансування, орієнтованого на довгострокову екологічну та економічну стабільність. Відповідно, найкращим перекладом наведеної фрази буде: «За словами Гайне, вже напередодні засідання ради не варто було очікувати рішення у напрямку фінансування, орієнтованого на ***сталий розвиток***».

У статті «Deutschland ist im Reisefieber» [10] від 28 травня 2024 року розглядається феномен збільшення авіаподорожей, попри зростаючу екологічну свідомість населення. У наведеному реченні

«Und wo bleibt die ***Flugscham***?» використано неологізм «Flugscham», що є ключовим терміном у сучасних екологічних дискусіях. Це слово утворене шляхом словоскладання від «Flug» (*«політ»*) і «Scham» (*«сором»*) та означає почуття провини, яке люди відчувають через часті авіаперельоти, що негативно впливають на довкілля. Термін набув популярності на тлі суспільних дебатів щодо змін клімату та шкідливих викидів CO_2, спричинених авіацією.

При перекладі *«*Flugscham» українською мовою можливі кілька варіантів. Калькування дає «авіасором» – компактний і точний відповідник, що зберігає семантичну суть оригінального слова. Описовий переклад передає значення через розширене пояснення: «почуття провини за авіаподорожі». Існує також варіант запозичення зі зміною форми – «флюгшам».

Неологізм «Flugscham» широко вживається в німецькомовних медіа, особливо у статтях, що стосуються екологічних проблем та сталого розвитку. У наведеному контексті найкращим варіантом перекладу є «авіасором», оскільки він точно передає зміст поняття і залишається коротким. Водночас, якщо метою є забезпечення кращої зрозумілості для широкої аудиторії, доцільним є використання описового перекладу «почуття провини за авіаподорожі».

Отже, переклад неологізмів є складним процесом, що пов'язаний із низкою викликів. Одним із головних завдань перекладача є збереження семантичної точності та прагматичної еквівалентності, оскільки нові терміни часто містять специфічні конотації, які можуть змінюватися залежно від контексту. Важливо також забезпечити баланс між зрозумілістю для української аудиторії та відповідністю вихідному тексту, адже надто буквальний переклад може бути незрозумілим, тоді як надто адаптований – втратити первісний зміст.

Додаткову складність створює різний ступінь запозиченості термінів в українській мові з англійської та німецької. Деякі запозичення вже міцно закріпилися у вжитку, тоді як інші залишаються рідковживаними або потребують додаткового пояснення. Окрім цього, проблема перекладу загострюється через відсутність усталеної термінології для деяких неологізмів, що змушує перекладачів обирати між калькуванням, описовим перекладом чи запозиченням.

Таким чином, переклад неологізмів вимагає ретельного аналізу контексту, гнучкого підходу та врахування мовних тенденцій, щоб забезпечити точність, природність і зрозумілість цільового тексту.

Висновки. Переклад неологізмів з англійських та німецьких медіа текстів українською мовою вимагає використання різних трансляційних стратегій залежно від морфологічної структури, семантичного навантаження та частотності вживання лексичних одиниць. Англійські неологізми часто залишаються без змін або калькуються, тоді як німецькі частіше адаптуються описовим методом. З огляду на динаміку розвитку мов і технологій, подальші дослідження у цій сфері можуть сприяти формуванню більш узгоджених підходів до перекладу нових лексичних одиниць у медіа просторі.

Список літератури:

1. Вусик Г. Л., Павлик Н. В. Неологізми як мовне відображення російсько-української війни 2023 року. *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Т. 11, № 3. С. 52–57.

2. Гнєдкова О. Г., Вдодович Я. Ф. Англомовні неологізми у сфері бізнесу: переклад та адаптація. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32(71), № 6, ч. 3. С. 20–24.

3. Корнєлаєва Є. В. Англомовні неологізми в епоху пандемії COVID-19 (на матеріалі британського вебсайту новин The Independent). *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32(71), № 5, ч. 1. С. 127–132.

4. Костенко О. Г. Сучасні англійські неологізми та способи їх перекладу українською мовою. *Закарпатські філологічні студії*. 2020. № 13, т. 2. С. 97–100.

5. Литвин С. В., Щербак О. М. Лінгвориторичний аспект перекладу заголовків англо- та німецькомовних новин. *Вісник науки та освіти*. 2024. № 11(29). С. 444–456.

6. Остафійчук О. Д. Неологізми англійської мови в сучасному суспільстві. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Т. 31(70), № 3, ч. 1. С. 156–160.

7. Підкамінна Л. В. Неологізми в назвах професій у сучасній українській мові. *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Т. 24, № 2. С. 7–11.

8. Сухачова Н. С. Неологізми англомовної економічної терміносистеми: лінгвопрагматичний аспект. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Філологічні науки*. 2021. № 7. С. 153–160.

9. Щербак О. М. Лінгвориторичні стратегії зображення російсько-української війни 2022 року (на матеріалі повідомлень німецькомовного сайту Tagesschau.de). *Актуальні питання іноземної філології*. 2022. № 16. С. 219–225.

10. Tagesschau.de. URL: https://www.tagesschau.de/

11. The Guardian. URL: https://www.theguardian.com/

Shyshko A. V., Ponomarenko O. O. A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE TRANSLATION OF NEOLOGISMS IN MODERN ENGLISH AND GERMAN MEDIA TEXTS INTO UKRAINIAN

The article is devoted to a comprehensive comparative analysis of the translation of neologisms used in modern English and German-language media texts into Ukrainian. The relevance of the study is due to the active integration of new lexical items into the global information space and the need for their adequate adaptation in the translated discourse. The reproduction of these neologisms in Ukrainian is an important task of modern translation studies, since their adaptation determines the level of integration of new concepts into the linguistic space of the target audience. Particular attention is paid to the preservation of semantic accuracy, pragmatic equivalence and functional adequacy in the adaptation of neologisms in the Ukrainian media discourse. The main word-formation mechanisms of new terms in English and German are considered, and the most productive translation strategies for their translation are identified. The article systematizes and classifies such translation methods as calquing, adaptation, transcription, transliteration, hybrid borrowing, and descriptive translation. The author analyzes the difficulties associated with preserving the original meaning, pragmatic load and structural consistency in the target language. Based on the analysis, the article reveals the peculiarities of translating modern terms such as «vibe shift», «cancel culture», «Flugscham», «Klimakleber», etc. and explores the options for their adaptation in the Ukrainian media space. The results obtained show that there are different approaches to the translation of neologisms depending on their origin, morphological structure and context of use. The study contributes to deepening the understanding of the impact of media content on the linguistic landscape and improving the methodological foundations for translating new lexical items in modern media discourse.

Key words: *adaptation, calquing, media content, language evolution, descriptive translation, transliteration.*

УДК 81’374:378(477.83)
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/12

Шуневич Б. І.
Львівський національний університет природокористування

Городецька Н. Г.
Львівський національний університет природокористування

Гавришків Н. Б.
Львівський національний університет природокористування

СЛОВНИКАРСТВО У ЛЬВІВСЬКОМУ НАЦІОНАЛЬНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ: МИНУЛЕ, ТЕПЕРІШНЄ, МАЙБУТНЄ

Для читання та перекладу іноземної науково-технічної літератури потрібно мати якісні фахові словники, які допомогли б отримати точні еквіваленти термінів, з однієї мови іншою з різних галузей знань.

У статті проведено короткий огляд укладання словників сучасної сільськогосподарської та дотичної до неї термінології, створених і опублікованих викладачами закладів вищої освіти, які готують спеціалістів для цієї галузі народного господарства, та співробітниками науково-дослідних закладів України; проаналізовано словники із згаданої вище тематики, створені викладачами кафедри іноземних мов (ІМ) Львівського національного університету природокористування (ЛНУП); описано особливості цих словників; запропоновано варіанти укладання нових довідкових матеріалів у найближчому майбутньому.

До створення словників, їхнього рецензування потрібно залучати як мовознавців (викладачів іноземних та української мов), так і фахівців різних технічних галузей знань (науковців спеціальних кафедр нашого та інших українських і закордонних закладів вищої освіти, а також співробітників науково-дослідних інститутів).

Уважаємо, що наступним кроком у лексикографічній роботі має бути об’єднання в авторські колективи провідних науковців відповідних галузей аграрних ЗВО, науково-дослідних інститутів України для укладання великих за обсягом та якісних словників для всіх галузей науки й техніки у друкованій формі, а також електронних банків терміносистем.

На нашу думку, словники, укладені викладачами ЛНУП в основному охоплюють найуживаніші з кожної конкретної галузі знань терміни, які мають стати активною лексикою студентів освітніх рівнів бакалавр і магістр усіх спеціальностей університету під час занять з іноземної мови.

Проведене дослідження може стати основою для подальшого планування лексикографічної роботи у Львівському національному університеті природокористування.

Ключові слова: *перекладні словники, українські словники сільськогосподарських термінів, банк терміносистем.*

Постановка проблеми. За роки незалежності України створено багато великих за обсягом перекладних словників сільськогосподарських термінів, наприклад, «Англійсько-український сільськогосподарський словник» [1], тлумачний «Аграрний тлумачний словник. Землеробство. Рослинництво. Сортознавство» [2], а також коротких перекладних [3], словників-мінімумів [4] та ін. Авторами словників аграрної тематики є викладачі сільськогосподарських закладів вищої освіти (ЗВО), працівники науково-дослідних інститутів Національної академії аграрних наук України та інших установ.

Професорсько-викладацький штат Львівського національного університету природокористування, який готує фахівців для агропромислового комплексу й, зокрема, викладачі кафедр іноземних мов, української мови, спеціальних кафедр університету також зробили свій внесок у створення словників цієї галузі знань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У тезах доповіді на тему «Словникарство в аграр-

них закладах вищої освіти України» [5] та «Лексикографічні праці науковців Львівського національного аграрного університету» [6] вже проведено дослідження стосовно створених до 2020 р. словників для різних сільськогосподарських спеціальностей, їх видів і призначення в Україні та, зокрема, у Львівському національному університеті природокористування.

Матеріалом дослідження була доступна інформація з веб-сторінок аграрних ЗВО про видані там словники сільськогосподарських термінів, а також з наукових статей, матеріалів різного рівня конференцій, навчально-наукова літератури, каталогів бібліотеки ЛНУП, звітів про наукову роботу кафедри іноземних мов університету.

У процесі дослідження виявлено 70 словників, створених науковцями 10 аграрних закладів вищої освіти, з яких 39 мають стосунок саме до сільського господарства (землеробства, рослинництва, сортознавства, тваринництва, бджільництва та ін.), 23 – інших галузей знань зі сфери сільськогосподарського виробництва та 8 – окремих загальних дисциплін, які читають студентам перших-других курсів бакалаврату [5].

Джерельною базою виданих великих за обсягом перекладних англійсько-німецько-французько-українських словників сільськогосподарських термінів, наприклад, «Англійсько-українського сільськогосподарського словника» [1], є в основному російськомовні й англійськомовні словники сільськогосподарських термінів за 1965–2013 рр. Із цієї інформації про словники зрозуміло, що є потреба доповнити їх новими термінами, які виникли за останні десятиліття.

У процесі спільної діяльності мовознавців кафедри іноземних мов і фахівців різних технічних галузей знань станом на 2020 р. у ЛНУП підготовлено й видано понад 30 із згаданих вище 70 перекладних словників за основним профілем університету, споріднених із сільськогосподарською тематикою спеціальностей, а також значну кількість різноманітних словників-мінімумів термінів українською, англійською та німецькою мовами на базі сучасної фахової літератури [6].

Постановка завдання. Мета нашого дослідження – *описати* коротко укладання словників сільськогосподарської та дотичної до неї термінології в Україні та, зокрема, у Львівському національному університеті природокористування, *провести* аналіз словників за 4 критеріями, створених на кафедрі іноземних мов ЛНУП за останні п'ять років, *показати* перспективи укладання нових довідкових матеріалів в українських ЗВО і, зокрема, у ЛНУП у найближчому майбутньому.

У тезах доповіді «Сучасний стан і перспективи укладання словників у Львівському національному університеті природокористування» [7] вже частково описано результати лексикографічної роботи на кафедрі іноземних мов протягом 2020–2024 рр.

Матеріалом цього дослідження є видані викладачами кафедри ІМ 7 словників обсягом від 3 000 до 40 000 лексичних одиниць на основі сучасної термінології автомобільного транспорту [8], техногенезу і захисту довкілля [9], інформаційно-комунікаційних технологій [10], правничої термінології [11], комунікації в економічній сфері [12], робототехніки та машинного зору [4; 14], а також 2 глосарії: з механіки [15] і сучасних інформаційно-комунікаційних технологій [16] до закордонного підручника англійської мови з цієї тематики обсягом, відповідно, 955 і 432 термінів.

Виклад основного матеріалу. Розглянемо детальніше словники і глосарії за такими критеріями: 1. Обсяг словника або глосарію. 2. Тематика довідкового видання і для яких спеціальностей призначений. 3. Матеріали, використані для їх укладання. 4. Спеціальності авторів, співавторів і рецензентів словників.

1. *«Короткий українсько-англійський словник термінів автомобільного транспорту»* [8] представлений такою термінологією: типи автомобілів, аґрегатів, деталей і вузлів, експлуатування та ремонтування автомобілів, а також загальнотехнічні терміни, які часто вживають в автомобільній літературі.

Матеріалом для укладання словника викладачі Львівського національного університету природокористування і Національного університету "Львівська політехніка" (НУЛП) вибрали найуживанішу в цій галузі термінологічну лексику, виявлену під час проведення практичних занять з англійської мови, перекладу науково-технічної літератури зі студентами, відповідно, факультету механіки, енергетики та інформаційних технологій ЛНУП та Інституту механічної інженерії та транспорту НУЛП. Обсяг словника – понад 7 000 термінів і терміносполук.

Під час укладання «Короткого українсько-англійського словника термінів автомобільного транспорту», виникла ідея залучити до створення словника закордонних фахівців або українців діаспори, які мають такий досвід. Випадків залучення закордонних авторів або співавторів до укладання словників є чимало в українській лексикографії. Наприклад, співавтором «Англійсько-укра-

їнського та українсько-англійського словника-довідника з телекомунікацій» [17] доцента НУЛП О. Коссака є британець українського походження Р. Кравець, який працює в цій галузі на теренах Великої Британії.

Упродовж стажування проф. Б. Шуневича у Вейнському державному університеті (Wayne State University), Детройт, США, словник було доповнено новими термінами або уточнено після консультації з інженерами, робітниками українського походження, які працюють на автомобільних заводах Детройта. Було також опрацьовано багато сучасних англійськомовних матеріалів, українських та іноземних стандартів у бібліотеці цього університету, Бібліотеці Конгресу США, що вможливило кількісно та якісно покращити словник.

Словник призначений для студентів і викладачів, які працюють з фаховою літературою з цієї тематики. Рецензентами видання були мовознавці і спеціалісти з цієї галузі знань.

2. Довідкове видання *«Техногенез та захист довкілля: англійсько-український термінологічний словник»* [9] є результатом дослідження, з одного боку, терміносистеми техногенезу, з іншого – захисту довкілля, здійсненого на основі аналізу термінології англомовних фахових статей, наукових збірників, монографій, підручників та Інтернет ресурсів. Він нараховує близько 4000 найуживаніших англійських однослівних термінів і термінологічних сполук.

Словник має такі додатки: список абревіатур і скорочень, перелік організацій у справах захисту довкілля та їх переклад українською мовою, список джерел, на основі яких укладений словник. Окрім фахівців словником можуть користуватись перекладачі, науковці, студенти екологічних, хімічних, гірничих та інших закладів вищої освіти.

3. *Англо-український та українсько-англійський словник базової термінології із сучасних інформаційно-комунікаційних технологій* [10] обсягом понад 3 000 термінів і термінологічних сполук, доповнених списком абревіатур. Основою словника є термінологія, виявлена у процесі перекладу студентами науково-технічної літератури з цієї тематики під час практичних занять, самостійного підбору термінів з цієї літератури. Для уточнення перекладу українських еквівалентів використані українські та закордонні загальні і галузеві словники. Словник використовують викладачі і студенти згаданої вище спеціальності нашого та інших ЗВО. Рецензентами цього видання є відомі науковці, автори багатьох лексикографічних праць. Словник постійно доповнюється новою термінологією і готується до перевидання у такому ж варіанті, але більшого за обсягу найближчим часом.

4. *Українсько-англійський словник базової правничої термінології* [11] складається з трьох частин і загалом містить близько 40 тисяч найуживаніших правничих термінів та лексичних зворотів, а саме терміни з основних галузей права: загальна правнича термінологія, міжнародне право, конституційне та адміністративне право, фінансове та бізнесове, сімейне право, екологічне право, кримінальне право, кримінально-процесуальне право, цивільне право, цивільне процесуальне право. Крім цього, в ньому подається необхідний обсяг лексичних зворотів для виступів правників на міжнародних конференціях.

Словник, укладений викладачами іноземної мови нашого університету, призначений для викладачів, аспірантів, студентів юридичних ЗВО та факультетів, та правників-практиків, перекладачів, бізнесменів та економістів. Рецензентами є спеціалісти з цієї галузі знань ЛНУП та викладачі кафедри прикладної лінгвістики Національного університету «Львівської політехніки». Для укладання словника використано сучасну літературу з цієї тематики і доповнено термінами з інших словників.

5. *«Англійсько-український словник базових термінів для комунікації в економічній сфері»* [12] призначений для фахівців, студентів, викладачів та всіх, хто цікавиться економікою та міжнародними діловими відносинами. Словник укладений викладачами іноземної мови ЛНУП і Львівського національного університету імені Івана Франка, містить основну термінологію, яка використовується в економічній сфері, охоплюючи такі теми, як фінанси, бухгалтерський облік, маркетинг, менеджмент, зовнішньоекономічна діяльність та інші. Для укладання довідкового видання використана фахова література з цієї тематики під час перекладу студентами журнальних статей на практичних заняттях з англійської мови. Для уточнення значень деяких термінів використано українські та закордонні фахові словники.

У словнику подано стислі пояснення до 3000 найуживаніших термінів. Він також охоплює численні скорочення, які часто використовуються в письмовій формі. Також подано записи про видатних економістів, з короткими біографіями. Рецензентами словника є відомі мовознавці і науковці, які працюють у цій галузі знань.

6. *Англійсько-український частотний словник базових термінів з робототехніки* [4] містить понад 3 000 термінів і термінологічних сполук сучасної англійської та української мов з робототехніки.

У словнику представлена науково-технічна термінологія з такої тематики: конструкції, цільові механізми, вузли та оснащення, системи керування, теорія, дослідження, проектування, використання роботів і маніпуляторів, а також загальнотехнічні і загальнонаукові терміни, що часто використовуються в науково-технічній літературі з робототехніки.

Частотний словник (ЧС) укладений під час проведення дисертаційного дослідження на тему «Структурні і функціональні характеристики англійської термінології з робототехніки» [13].

Запропоновані у словнику матеріали базуються на результатах лінгвостатистичного оброблення англомовних текстів з робототехніки загальним обсягом 211000 слововживань. Тексти опрацьовані за відповідною методикою із журнальних статей, патентів і матеріалів конференцій. У процесі дослідження виявлено 3300 різних однослівних термінів і 5600 різних термінологічних сполук. В описаному нами словнику запропоновані однослівні терміни з частотами не менші 3 і термінологічні сполуки з частотами не менше 10. При укладанні словника використовувалися сучасні перекладні словники, фахова англійська та українська література за останнє десятиліття.

Словник термінів орієнтований на широке коло користувачів: від студентів до інженерів і науковців, перекладачів, які працюють з фаховою англійською та українською літературою, а також викладачів, які укладають посібники для навчання студентів англійської фахової мови з цієї тематики.

На кафедрах іноземних мов частотні словники потрібно укладати на основі науково-технічної літератури всіх спеціальностей закладів вищої освіти з метою виявлення найуживанішої термінології, що дасть можливість першочергового їх засвоєння під час занять з іноземної мови, а отже сприятиме кращому розумінню змісту текстів.

7. Основою *«Англійсько-українського словника термінів з робототехніки та машинного зору»* [14] є згаданий вище частотний словник з робототехніки [4], укладений на основі вибірки з 211 джерел науково-технічної літератури на цю тематику, а саме журнальних статей, матеріалів міжнародних конференцій, патентних описів, опублікованих у США, Канаді, Великобританії та Австралії протягом 1980–1985 рр. Дослідження матеріалів словника обсягом близько 12 000 лексичних одиниць дало змогу на його основі підготувати й захистити кандидатську дисертацію у 1991 р.

Після захисту дисертації словник було переглянуто і доповнено термінологією відповідної тематики до 14 000 лексичних одиниць за рахунок термінів, виявлених у нових виданих за кордоном словниках і стандартах, згаданих у списку літератури у кандидатській дисертації.

На нашу думку, під час укладання кожного словника потрібно провадити **комплексне дослідження науково-технічної літератури**, на основі якої укладають словника, і поряд з термінами, термінологічними сполуками вводити до нього у формі додатків списки абревіатур, скорочень, номенклатурних назв, а також списки власних імен знаних українських і закордонних авторів наукових праць (статей, доповідей, монографій, посібників), назв навчальних закладів й інших організацій, які мають стосунок до тематики цього словника і часто трапляються в науково-технічній літературі, а також джерела інформації, із яких вибрано терміни тощо [18].

У 2024 р. роботу над словником продовжено авторським колективом викладачів (мовознавців і фахівців цієї галузі) кількох катедр нашого університету (українська філологія, іноземні мови, машинобудування), що дасть можливість зреалізувати згаданий вище комплексний підхід під час його укладання у формі відповідних додатків і значно збільшити обсяг словника за рахунок нових термінів з робототехніки і, зокрема, термінів машинного зору до 16 000 лексичних одиниць.

8. Короткий англійсько-український та українсько-англійський глосарій термінів у галузі механіки [15] створений на основі термінів і термінологічних сполук з їхніми тлумаченнями обсягом близько 1 000 лексичних одиниць, рецензентами якого були відомі лексикографи і фахівці з цієї галузі знань. Глосарії активно поповнюються новою термінологією і стануть основою для створення більших за обсягом англійсько-українського та українсько-англійського словників термінів у галузі механіки. Зараз глосарії використовується студентами і викладачами факультету механіки, енергетики та інформаційних технологій.

9. Англійсько-український глосарій для студентів спеціальностей «Автоматизація, комп'ютерно-інтегровані технології та робототехніка», «Інформаційні технології», «Комп'ютерні науки» денної та заочної форм навчання першого (бакалаврського) рівня вищої

освіти . Глосарій обсягом 432 одиниці термінів і терміносполук створений, щоб допомогти студентам опанувати основну термінологію у цій галузі під час опрацювання тем із посібників для згаданих вище спеціальностей денної, дистанційної, в тому числі заочної форм навчання бакалаврського і магістерського рівня вищої освіти. Кожен термін супроводжується чітким та зрозумілим поясненням, що полегшує розуміння та запам'ятовування матеріалу.

Уважаємо, що потрібно укладати спільні для України словники термінів з різних галузей науки й техніки у формі банків терміносистем (БТС), ураховуючи українські й закордонні стандарти на ці терміни. Такі словники, на відміну від друкованих, легко доповнювати, вносити потрібні зміни та поширювати. Стосовно словника термінів автомобільного транспорту такі спроби вже були: основою БТС були «Англійсько-український словник термінів з автомобільного транспорту» та «Українсько-англійський словник термінів з автомобільного транспорту» [3; 8]; виконавці – викладачі Львівського державного університету безпеки життєдіяльности, Національної академії Державної прикордонної служби України (НАДПСУ) ім. Богдана Хмельницького, Харківського національного автомобільно-дорожнього університету й інших українських, закордонних навчальних закладів і науково-дослідчих установ, про що йшлося в нашій доповіді на Всеукраїнської науково-практичної конференції на базі НАДПСУ 2015 р. [19].

У процесі аналізу створених на кафедрі ІМ словників виявлено, що до їх рецензування у ЛНУП залучають як мовознавців (викладачів іноземних та української мов), так і фахівців різних технічних галузей знань (науковців спеціальних катедр нашого та інших українських і закордонних університетів; лише кілька словників із семи мають додатки [9; 14], а решту складаються лише з однослівних термінів і термінологічних сполук з тлумаченнями або без них.

Особливість укладання згаданих вище словників полягає ще й у тому, що співавтори поряд із традиційними, стандартними враховують сучасні українські терміни з цієї тематики, якими вже послуговуються науковці та фахівці українських закладів вищої освіти, підприємств й інших установ, наприклад, *помпа – ритр* [8, с. 127], *давач – sensor* [8, с. 46], замість *насос*, *датчик* та інші незаслужено забуті українські терміни.

Висновки. Як видно із проведеного дослідження, зусиллями викладачів кафедри іноземних мов ЛНУП створено довідкові матеріали від глосаріїв (обсягом кількох сотень термінів) до коротких (обсягом 5–7 тисяч термінів) і до великих обсягом (40 000 і більше термінів) дво- і багатомовних словників.

Словники, які стосуються сільськогосподарських спеціальностей, укладені викладачами кафедри іноземних мов та інших кафедр ЛНУП до 2020 р. [5; 6], тому за останні роки тематика словників пов'язана з новими спеціальностями, спеціалізаціями, які впроваджені недавно у нашому університеті, наприклад, згадані вище інформаційно-комунікаційні технології, робототехніка, машинний зір, право, комунікація в економічній сфері, техногенез та захист довкілля, нова сільськогосподарська техніка.

Укладаючи словники, викладачі кафедри іноземних мов добирали найуживанішу термінологічну лексику, виявлену під час перекладу технічних текстів на практичних заняттях зі студентами старших курсів ЛНУП.

Відносно легко виявити найуживанішу термінологічну лексику, необхідну для першочергового її засвоєння під час занять з іноземної мови, можна шляхом укладання частотних словників з кожної спеціальності [4]. Для укладання ЧС в ЗВО України є всі можливості у вигляді сучасного апаратного і програмного забезпечення.

До створення словників, їхнього рецензування кафедрі іноземних мов ЛНУП залучено як мовознавців (викладачів англійської та української мов), так і фахівців різних технічних галузей знань (науковців багатьох спеціальних кафедр нашого та інших українських і закордонних університетів).

Уважаємо, що наступним кроком у лексикографічній роботі має бути об'єднання в авторські колективи провідних науковців відповідних галузей аграрних ЗВО, науково-дослідних інститутів України для укладання великих за обсягом та якісних словників для всіх галузей науки й техніки у друкованому варіанті та у формі електронних банків терміносистем.

Список літератури:

1. *Англійсько-український сільськогосподарський словник* / [авт. проекту Т. Бусел ; уклад. Є. Ткачова ; упоряд. та заг. ред. С. Мочалова]. Київ ; Ірпінь : Перун, 2017. 701 с.

2. *Аграрний тлумачний словник. Землеробство. Рослинництво. Сортознавство* / уклад. : А. В. Андрющенко, К. М. Кривицький, В. А. Хаджиматов [та ін]. К. : [б. в.], 2010. 258 с.

3. *Короткий англійсько-український словник термінів автомобільного транспорту* / Шуневич Б., Олексів Г. Львів: СПОЛОМ, 2019. 168 с. ISBN 978-966-919-563-0

4. *Англійсько-український частотний словник-мінімум термінів з робототехніки* / Шуневич Б. Львів: СПОЛОМ, 2023. 144 с.

5. Шуневич Б. Словникарство в аграрних закладах вищої освіти України. *Теорія і практика розвитку агропромислового комплексу та сільських територій: матеріали XXI Міжнародного науково-практичного форуму*, 22 – 24 вересня 2020 р. Львів: ННВК «АТБ», 2020. С. 336–339.

6. Шуневич Б. Лексикографічні праці науковців Львівського національного аграрного університету. *Проблеми української термінології : зб. наук. пр. XVI Міжнар. наук. конф*. (м. Львів, 1–3 жовт. 2020 р.) Львів, 2020. С. 79–82.

7. Шуневич Б., Городецька Н., Гавришків Н. Сучасний стан і перспективи укладання словників у Львівському національному університеті природокористування. *Збірник тез доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасної філології, перекладознавства та лінгвістичного забезпечення сектору безпеки й оборони»* (Хмельницький, 22 грудня 2023 року). Хмельницький: Вид-во НАДПСУ, 2023. С. 115–119. URL: https://surl.li/gvlrou

8. *Короткий українсько-англійський словник термінів автомобільного транспорту* / Уклад.: Шуневич Б., Олексів Г., Шийка Ю. Львів : СПОЛОМ, 2021. 188 с. ISBN 978-966-919-9

9. *Техногенез та захист довкілля: англійсько-український термінологічний словник* / Іващишин О., Волошин І., Шуневич Б. Львів: СПОЛОМ, 2022. 140 с. ISBN 978-966-919-833-4.

10. *Англо-український та українсько-англійський словник базової термінології із сучасних інформаційно-комунікаційних технологій* / Уклад. : Городецька Н., Гавришків Н. Львів : СПОЛОМ, 2021. 132 с. ISBN 978-966-919-735-1

11. *Українсько-англійський словник базової правничої термінології*: у 3-х част. / Уклад.: Добровольська С., Опир М., Панчишин С. Львів : СПОЛОМ, 2021. [Ч. III]. 2021. 280 с. ISBN 978-966-919-727-6

12. *Англо-український словник базових термінів для комунікації в економічній сфері*. Уклад.: Опир М., Панчишин С., Мироненко Н. Львів: Вид-во ННВК "АТБ", 2024. 356 с. ISBN 978-966-2042-92-4

13. Шуневич Б. Структурні і функціональні характеристики англійської термінології з робототехніки : дис. … канд. філол. наук : 10.02.04 / Б. І. Шуневич. Львів, 1991. 215 с.

14. *Англійсько-український словник термінів з робототехніки та машинного зору.* Ч. I / Шуневич Б., Власовець В., Дерпак О., Турчин І. За ред. Шуневича Б., Власовця В. Львів – Дубляни: СПОЛОМ, 2024. 174 с. ISBN 978-617-8557-30-0

15. *Короткий англійсько-український та українсько-англійський глосарій термінів у галузі механіки* / Уклад. Турчин І. Львів : СПОЛОМ, 2021. 170 с. ISBN 978-966-2042-49-2

16. *Англійсько-український глосарій для студентів спеціальностей «Автоматизація, комп'ютерно-інтегровані технології та робототехніка», «Інформаційні технології», «Комп'ютерні науки» денної та заочної форм навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти*. Гуня Л., Турчин І., Дубневич Н., 2023, Львів: ЛНУП. 2023., 45 с.

17. *Англо-український та українсько-англійський словник-довідник з телекомунікацій*: понад 4000 термінів / О. Коссак, Р. Кравець; лінгв. ред. О. Микитюк. Львів : БаК, 1996. 245 с.

18. Шуневич Б. Комплексне дослідження української та англійської термінології з дистанційного навчання. *Вісник НУЛП № 538 : «Проблеми української термінології».* Львів: Вид-во НУЛП, 2005. С. 43–48.

19. Шуневич Б. Проект англійсько-українського комп'ютерного словника термінів автомобільного транспорту. Освітньо-наукове забезпечення діяльності правоохоронних органів і військових формувань України: Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції. Хмельницький. Вид-во Національної академії Державної прикордонної служби України імені Богдана Хмельницького. 2015. С. 453–454.

Shunevych B. I., Horodetska N. H., Havryshkiv N. B. DICTIONARY COMPILING AT LVIV NATIONAL ENVIRONMENTAL UNIVERSITY: PAST, PRESENT, FUTURE

To read and translate foreign scientific and technical literature, you need high-quality professional dictionaries that provide precise equivalents of terms from one language into another across different fields of knowledge.

The article provides a brief overview of dictionaries focused on modern agricultural terminology and related fields, which have been compiled and published by academic staff from higher educational institutions training specialists in this sector and employees of research institutions in Ukraine. It analyses the dictionaries created by the Department of Foreign Languages at Lviv National Environmental University (LNEU), highlighting their unique features. Additionally, the article offers suggestions for developing new reference materials.

Both linguists (lecturers of foreign and Ukrainian languages) and specialists in various technical fields of knowledge (researchers of special departments of our and other Ukrainian and foreign higher education institutions, as well as employees of research institutes) should be involved in creating and reviewing dictionaries.

We believe that the next step in lexicographic work should involve uniting leading scholars from relevant fields at agricultural universities and research institutes in Ukraine. These scholars can form teams of authors to compile large-scale and high-quality dictionaries covering all fields of science and technology, both in print and as electronic terminology databases.

In our view, the dictionaries compiled by the academic staff of LNUP primarily focus on the most commonly used terms in each specific field of knowledge. These terms should become part of the active vocabulary for bachelor's and master's students across all university specialities during their foreign language classes.

The study can serve as a basis for further planning of lexicographic work at Lviv National Environmental University.

Key words: *translation dictionaries, Ukrainian dictionaries of agricultural terms, terminology systems database.*

ЛІТЕРАТУРА ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН

УДК 801.82:821.111-31(73)Е.Ґілберт
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/13

Бігун О. А.
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Крук З. М.
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Луцик Н. М.
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

МІСЬКИЙ ТОПОС У РОМАНІ ЕЛІЗАБЕТ ҐІЛБЕРТ «МІСТО ДІВЧАТ»

У статті на матеріалі роману Елізабет Ґілберт «Місто дівчат» (2019) досліджуються образи Нью-Йорка та Клінтона як ментально-географічні топоси задля виявлення поетикальних аспектів урбаністичного ландшафту. Розвідка базується на методології геокритики Б. Вестфаля, роботах по семіотиці міста Р. Барта, М. Бютора, Т. Возняка, студіях рецептивної естетики Р. Вейса. Урбаністичним топосом вважаємо певним чином організований простір: будівлі (житлові будинки, магазини, ресторани, театри, готелі тощо), вулиці, площі та ін. Елементи простору створюють його зовнішній вигляд і є основною прикметною особливістю міста, його маркерами. Складовою дискурсу міста є також мешканці міста. Культурні особливості міста утворюють смисловий пласт, який має особливе значення, чим пояснюється його актуалізація в літературі.

У романі Е. Ґілберт «Місто дівчат» відтворено дві урбаністичні культури: велике місто (Нью-Йорк) та провінційне (Клінтон). У ході дослідження з'ясовано, що Нью-Йорк та Клінтон об'єктивовано урбаністичними локальними просторами, у яких відбуваються практично всі події, вербалізовані в художньому тексті. Семантика міського топосу включає реально географічний і символічний зміст – естетичний феномен і територію, де проходить випробування особистісна самоідентифікація головної героїні, свідомість якої є прикладом особливого занурення в потік міста. Усі події є настільки нерозривними із самим містом, що читачеві інколи важко відрізнити, де реальне місто, а де місто у свідомості героїні. Місто стає не просто метафорою чи образом, а безпосередньою саморефлективною реальністю людського життя. Основою побудови семантичної моделі міста в тексті виступає авторська ідейно-естетична оцінна настанова, яка визначає тип міфо-символічної інтерпретації елементів міського простору і реалізується у формі такої семантичної опозиції, де місто зображується у «конфлікті-гармонії» з його урбаністичним та соціальним оточенням. Семантико-асоціативні лінії забезпечують змістову зв'язність і цілісність образу міста у таких конструктах, як «свій-чужий», «центр-периферія», «місто-людина», «місто-театр».

Ключові слова: *урбаністична культура, топос, семантика, простір, порівняльний аналіз, поетика, Елізабет Ґілберт.*

Постановка проблеми. Увага до урбаністичної тематики в мистецтві, зокрема в літературі, спричинена динамікою сприйняття міста людиною. Відомо, що міська свідомість починає формуватися у час переходу від Середньовіччя до Відродження, коли місто сприймається як секуляризований життєвий простір, створений людиною за функціональним принципом. Ренесансна ідея впорядкованості та гармонійності світу втілюється у геометричну правильність та естетичну привабливість міського планування.

Доба кінця XIX – початку XX ст. закладає урбаністичні процеси до культурно-історичної парадигми естетичних критеріїв світорозуміння. Місто стає суб'єктом перехідного процесу, а образ міста в літературі створює простір пере-

ходу, співвідносячи у своїй структурі естетичне та художнє. У XX–XXI ст. міський дискурс усе більше визначає потреби сучасної спільноти для процесів конструювання світоустрою. Місто перетворюється на образ раціонального світу створеного людиною. Отже, для міста характерна динаміка історичного часу, творення культурного простору та уособлення певного типу свідомості.

Зазвичай міські практики впливають на поведінку людини, змінюють її ментальні та фізичні характетистики. Велике місто майже завжди було культурним центром країни, тут відбувались найважливіші події, творилась історія. Особливістю є й те, що кожен індивід намагався творити власне місто, що можна простежити на матеріалі художньої літератури, де переплітаються індивідуальні інтенції автора з культурно-історичними фактами та поняттями. Створений літературою образ міста не просто формує естетичну цінність, але є самодостатньою естетичною цінністю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як відомо, дослідження образу міста в літературі умовно поділяють на два напрями. Перший з них – це літературна географія, інтелектуальна топографія, зосереджена на історії міста, документальних свідченнях, спогадах сучасників, що має на меті створення особливої «літературної карти міста» з роз'ясненнями значення тих чи тих вулиць, кварталів і в особистому житті письменників, і в їхніх творах [див., напр.: 4; 14, 17]. Інша група досліджень зосереджена на міському тексті, як-от «паризький текст», «берлінський текст», «лондонський текст», «празький текст», «київський текст», що формується на основі аналізу художніх творів, присвячених образу міста [див. дет.: 2; 9; 10; 15; 16].

У літературознавчих дослідженнях творчості Елізабет Ґілберт науковці переважно фокусують увагу на філософсько-психологічних та гендерних аспектах, генологічній специфіці романів американської письменниці [5; 7; 8]. Дослідження урбаністичного топосу роману «Місто є дівчат» є важливим та відзначається новизною, оскільки виступає авансценою сюжетних перипетій та є характерною рисою ідіостилю письменниці та посутньою складовою поетики тексту.

Постановка завдання. Метою нашої статті є дослідження образів Нью-Йорка та Клінтона як ментально-географічних просторів задля виявлення поетикальних аспектів культурної парадигми міста у романі Е. Гілберт «Місто дівчат». У цьому закрої продуктивною є методологія геокритики Б. Вестфаля [20], студії семіотики Р. Барта [6], М. Бютора [9], Т. Возняка [3], дослідження з рецептивної естетики Р. Вейса [19], І. Керестуцкі [12], М.-Дж. Трамута [18].

Виклад основного матеріалу. Серед книг, у яких міський простір виступає авансценою сюжетних перипетій, став роман Е. Гілберт «Місто дівчат». Головна героїня роману – 90-річна Вівіан Морріс – ділиться спогадами свого бурхливого, щасливого, вільного і сповненого пригод життя. Основні події розвертаються в 40-х роках у Нью-Йорку задовго до сексуальної революції. Дев'ятнадцятирічна Вівіан відчуває себе вільно, крутить романи з чоловіками та немає жодних планів, щоб вийти заміж й зажити тихим сімейним життям. Рефреном через книгу проходить ідея про те, що можна бути вільною в будь-який час в будь-якій країні.

Роман витримано в рамках жіночої прози: автобіографічність головної героїні експлікується через сповідальність у формі листа. У художньому дискурсі роману зона персонажа, репрезентована мовою Вівіан Моріс, є досить розгалуженою. Її оприявнюють мовно-ситуативні контакти головної героїні з іншими персонажами та її внутрішня мова – «думка у думці, що є ендофазною формою мовлення» [1, с. 73]. Обидва вияви вербальної комунікації головної героїні постійно сконцентровані на понятєвому протиставленні довкола урбаністичного простору, який має два виміри – рідний для Вівіан Клінтон (периферія) та Нью-Йорк (центр), який став справжньою «залежністю» для неї. Протиставлення міста і провінції є, з одного боку, варіантом опозиції *периферія-центр* та водночас узагальнює значення *своє-чуже*. Головна героїня роману змогла відчути усі сторони цього протиборства. Перебування в різних соціальних просторах дає змогу героїні порівняти, знайти спільне й відмінне між міським та провінційним способом буття з метою визначення власного «Я» у світі.

Локус рідного для Вівіан містечка Клінтон практично позбавлений будь-яких ознак літературної топографії. Такий наративний прийом обумовлений зосередженням на глибоких емоційних переживаннях тотального не(с)прийняття головної героїні життя і побуту провінції, де всім було до неї байдуже – батькам, братові, друзям: *«So there was **nobody** around to care about me or entertain me. I was bored and listless. My boredom felt like hunger pains»* [11, с. 19]. Родина сприймає відрахування Вівіан з престижного коледжу як вияв «чужості-інакшості» та відхилення від загальноприйнятих

норм поведінки. Кожен з членів сім'ї не наважується її зрозуміти, розібратися у справжніх причинах того, що сталося. Єдиною людиною, з якою у Вівіан приязні стосунки – це бабця, яка навчила кравецькій справі, визначивши майбутню професію головної героїні. Після втрати бабусі (*«my best friend, my mentor, my confidante»* [11, с. 21]) почуття самотності Вівіан загострюється, адже бабця була єдиною людиною, що розуміла і підтримувала героїню.

Клінтон з'являється у романі двічі згідно з логікою розгортання подій. Після скандалу в Нью-Йорку Вівіан змушена повернутися знову до рідного містечка. Клінтон з притаманними йому ритмом і способом життя, власними історико-культурними координатами, з підкресленою локальністю виступає не лише обрамленням чи сюжетним фоном, мотивом чи культурним топосом, а своєю замкненістю, наявністю власного доцентрового тяжіння дозволяє письменниці досягти конкретності художнього зображення відчуженості головної героїні.

Хронотоп повсякдення реалізується у сценах перебування Вівіан саме у Клінтоні. Принципами відтворення такого хронотопу є монотонність, звичність зображуваного, уповільнений темпоритм оповіді, розчленування темпоральності на сегменти та оперування ними, часте повторення рутинних атрибутів. На противагу стрімкому житейському потоку Нью-Йорка час перебування у рідному містечку характеризується деталізацією, неспішністю. Коли йдеться про Клінтон, темп оповіді ніби застигає, головна героїня докладно описує рутину провінції: щоденні сніданки, поїздки на роботу з разом з батьком, вечірні повернення. На вихідних – поїздки з сім'єю на танці до заміського клубу чи супровід матері на виставки коней. Прикметно, що перебіг подій супроводжується чіткими вказівками на пору року, місяць, день та навіть час доби. Ретардація хронотопу у романі характеризується своєрідним переплетенням властивостей реального, перцептуального, індивідуального часу, в якому поєднуються відображення об'єктивної реальності та внутрішнє світовідчуття героїні.

Підкреслимо, що в описі Клінтона елементи провінційної топографії подано доволі стисло: «*The sparse number of cars in the church parking lot on Sundays. The old local grocery store with its limited collection of familiar foods. The luncheonette that closed at two o'clock in the afternoon»* [11, с. 234]. Константний обрис містечка посилює екзистенційну самотність головної героїні: *«Some engine within me had now stalled, and as a result I went limp. My actions had failed me, so I stopped taking action. Now that I was living at home, I allowed my parents to set my routine for me, and I dumbly went along with whatever they proposed»* [11, с. 236]. Сцени перебування Вівіан у Клінтоні наповнені художніми психологічними деталями прихованих аспектів життя людини у кризовій ситуації. Йдеться про ознаки психологізму на рівні способу будови образів і осмислення певного життєвого характеру. Сутність авторської позиції полягає в тому, що немає нічого гіршого, ніж індивідуальна душевна травма. Детальне зосередження на психологічному стані головної героїні дає авторці можливість розкрити читачеві рушійну силу її вчинків. Філософська рефлексія Вівіан над сенсом життя виражається в постійному дискурсі, внутрішньому діалозі, у якрму людина ніби звіряє свою ідею, внутрішньо заданий план, проєкт, з тим, яким він стає в емпіричному життєвому процесі.

У романі присутні елементи драматизованої свідомості, що дає змогу безпосередньо зображати психічне життя персонажа, поєднуючи «картинний модус» зовнішнього світу з «драматичним модусом» світу внутрішніх переживань персонажів [13, с. 147]. Тригером для головної героїні стають слова *«a dirty little whore»,* сказані незнайомим чоловіком, як реакція на непристойні розваги Вівіан, що попали на шпальти нью-йоркських медіа. Ці слова раз-у-раз виринають у її голові під час перебування у Клінтоні, провокуючи «муки совісті», почуття ганьби, сорому та образи, хоч тут вона намагається вести себе пристойно, дотримується правил родини, працює у конторі батька, починає шити одяг подругам та знайомим, навіть заручається з хлопцем, якого порадив батько. Однак провінційна рутина не може затьмарити природний потяг Вівіан до внутрішньої свободи. Із зашморгу самотності, інертності, сірості провінції її витягує тітка Пег. І Вівіан знову повертається в Нью-Йорк, оскільки психологічну ізоляцію головна героїня може подолати тільки в цьому місті.

Можемо констатувати той факт, що Вівіан одразу визначила власні рефлексії по відношенню і до Нью-Йорка, і до свого містечка. Якщо Клінтон – сіра побутова рутина, то Нью-Йорк – свято. А ще там мешкає тітка, образ життя якої викликає роздратування родини та захоплення Вівіан: *« "Must be nice – gallivanting about the world, living in the land of make-believe, and spending it by the hundreds!" And I would think: That does sound nice. . . .)»*

[11, с. 33]. У дитинстві Вівіан зачарована Нью-Йорком, коли разом із батьком відвідує тітку Пег: *«Peg had taken me to skate in Central Park. She'd brought me to visit Santa Claus. (Although we both agreed I was far too old for Santa Claus, I would not have missed it for the world, and was secretly thrilled to meet him.) She and I had also eaten a smorgasbord lunch together. It was one of the more delightful days of my life. My father and I hadn't stayed overnight in the city because Dad hated and distrusted New York, but it had been one glorious day, I can assure you»* [11, с. 35].

Умовна опозиція «свій-чужий» проходить не тільки топографічними контрастами провінції та великого міста, але й людьми, що перебувають у цих локальностях. Прикметно, що персонажі провінції закриті, стримані, дотримуються прийнятих правил поведінки, намагаються не вирізнятися. Натомість образи мешканців Нью-Йорка неординарні, екстравагантні, вільні у своїх почуттях, позбавлені умовностей і обмежень. Тому основною логіко-семантичною віссю художньої оповіді в романі є поняттєво-контекстуальна опозиція «місто-людина», що формує власне асоціативно-силове поле з багатьма складниками.

Географічний хронотоп Нью-Йорка виявляє велику схильність до персоналізації. Його територія змальовуються за спогадами головної героїні. Це ніби мапа екстатичної подорожі з ознаками ретроспекції, хоча минуле постає не у хронологічній послідовності, а в залежності від емоційного стану оповідача: *«A person only gets to move to New York City for the first time in her life once, Angela, and it's a pretty big deal. <…> So that city, that place – newly created for my eyes only – will never exist again. It is preserved forever in my memory like an orchid trapped in a paperweight. That city will always be my perfect New York»* [11, с. 56]. Локус Нью-Йорка насамперед вражає наративною емоційністю завдяки реконструкції життєвої історії. Нью-Йорк відкривається перед Вівіан через Центральний залізничний вокзал, вказуючи на транзитивність міста, оскільки такий топографічний та культурно-історичний маркер символізує очікування, певну межу, за якою має початися нове життя.

У романі присутня впізнаваність реалій Нью-Йорка за власними назвами багатьох міських і географічних об'єктів: «*Aunt Peg responded to this inanity by grabbing a paper napkin off the table, and sketching upon it a quick* ***map of Manhattan****. I do wish I had managed to preserve that map, Angela. It was the most charming map of the city I would ever see: a big crooked carrot of an island, with a dark rectangle in the middle representing* ***Central Park****; vague wavy lines representing the* ***Hudson and East Rivers****; a dollar sign down at the bottom of the island, representing* ***Wall Street****; a musical note up at the top of the island, representing* ***Harlem****, and a bright star right in the middle, representing right where we were:* ***Times Square****. Center of the world! Bingo!»* [11, с. 60]. Протягом сюжетних колізій роману всі переміщення містом головної героїні завжди мають чітку прив'язку до топографії Нью-Йорка, що надає натуралістичної точності і фактографічності з потрактуванням цього образу на рівні узагальнено-історичному, конкретно-зримому.

Нове життя героїні починається у самому центрі Нью-Йорка на Манхеттені у театрі «Лілея». Своєрідність авторської інтерпретації топосу «theatrum mundi» дозволяє говорити про використання художньої формули «світ-театр» у концепції «місто-театр». Так проблема міста надається до розгляду в межах рецептивної естетики, де сприйняття тексту читачем відображає його естетичний досвід сприйняття міста, у якому відбувається підміна в оповіді постаті автора на постать читача/глядача, їх взаємоперехідність, взаємоперевтілення.

У межах рецептивного підходу сприйняття міста як театру Р. Вейса [див. дет. 19] у романі можна зазначити низку специфічних характеристик. Серед них вирізняється гібридність, що проявляється в особливій суміші компонентів різних драматичних жанрів і типів театральної розваги, що проектуються на розмаїття архітектурних концепцій міста; епізодична структура, що порушує лінійність і послідовність авторського задуму, накладається на хаотичність міста, його «фактично анархічну естетику» в будівлях, фрагментарності людських вражень і відчуттів, що розриває ланцюг континуального розвитку досвіду; драматизм сценічних та життєвих колізій, їх заплутаність як у мелодрамі, так і в міському житті (стереотипне зображення міста як лабіринту); проблема пошуку ідентичності, знаходження нового ритму життя, звичаїв тощо. Усі ці аспекти у романі Е. Гілберт є основною ознакою відображення сучасного світу, де різні культури та традиції взаємодіють між собою переважно на понятійному контрасті «своє-чуже». Середовище Нью-Йорку стає «своїм» життєвим простором головної героїні різко контрастуючи з «чужим» устроєм провінції, яка практично виштовхує Вівіан зі свого лона через несприйняття її життєвої філософії. Власне на епізодах з власного життя головної героїні,

що пов'язані переважно з життям у Нью-Йорку, менше – у Клінтоні, вибудувано структуру тексту роману.

Висновки. У романі Е. Гілберт «Місто дівчат» міським локальним простором об'єктивовано практично всі події, вербалізовані в художньому тексті. Семантика міста включає реально географічний і символічний зміст – як естетичний феномен і як територію, де проходить випробування особистісна самоідентифікація головної героїні. Для Вівіан Нью-Йорк сповнений пошуком нових вражнь і відчуттів, витворенням нових смислів. Вона фактично не може перебувати поза Нью-Йорком, у романі настійливо доводиться думка про її культурну «залежність» від Нью-Йорка. Місто стає місцем перепроживання різноманітних емоційних досвідів – від атмосфери нічного життя аж до глибинної рефлексії над сенсом власного життя. Основою побудови семантичної урбаністичної моделі в тексті виступає певна авторська ідейно-естетична оцінна настанова, яка визначає тип міфосимволічної інтерпретації елементів міського простору (культурно-історичний, індивідуально-творчий) і реалізується у формі такої семантичної опозиції, де місто зображується у конфлікті-гармонії з його урбаністичним та соціальним оточенням. Семантико-асоціативні лінії забезпечують змістову зв'язність і цілісність образу міста у контексті роману у таких конструктах, як «свій-чужий», «центр-периферія», «місто-людина», «місто-театр».

Список літератури:

1. Бехта І. Думка у думці як ендофазна форма мовлення в художній проекції персонажного дискурсу. *Лінгвістика.* 2019. № 1 (40). С. 73–84.
2. Бігун О. *Imago Urbis*: Париж у поезіях у прозі Поля Верлена. *Султанівські читання.* 2019. Вип. VIII. Івано-Франківськ: «Симфонія форте», 2019. С. 93–102.
3. Возняк Т. Семантичні обрії міста: [Електронний ресурс]. URL: http://www.ji.lviv.ua/n42texts/voznyak.htm
4. Географія і текст: літературний вимір: колективна монографія / за редакцією Т. Черкашиної. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. 212 с.
5. Циховська Е. Роман «Їсти. Молитися. Кохати» Елізабет Гілберт як твір чік-літ. *Літературознавчі студії.* 2013. Вип. 40 (2). С. 312–317.
6. Barthes R. The Semiotic Challenge / trans. Richard Howard. New York: Hill and Wang, 2001. P. 191–201.
7. Basotia S. & Kothari A. Postmodern Feminist Perspectives in "Eat. Pray. Love". *Petranika: Journal of Social Sciences & Humanities*. 2020. T. 28(4). P. 2929–2942. DOI: https://doi.org/10.47836/pjssh.28.4.24
8. Brown A. Meaning making lived experience of Elizabeth Gilbert. *International Journal of Applied Linguistics and English Literature*. 2013. T. 2 (1). P. 136–138. DOI: https://doi.org/10.7575/ijalel.v.2n.1p.136
9. Butor M. La ville comme texte. *Répertoire V*. Paris: Minuit, 1982. P. 33–42.
10. Ford M. F. The Soul of London. London: A. Rivers, 1905. 288 p.
11. Gilbert E. City of Girls. London: Bloomsbury Publishing, 2019. 568 p.
12. Kereszturski I. Le fonctionnement de l'horizon d'attente prqtique dans la reception populaire des «Mysteres de Paris» d'Eugene Sue. *Acta Universitatis Szegediensis. Acta Romanica.* 2002. T. 21. P. 113-124.
13. Lubbock P. The craft of fiction. London: Filiquarian Publishing, 1957. 232 p.
14. Lehan R. The City in Literature: An Intellectual and Cultural History. Berkeley- Los Angeles-London: University of California Press, 1998. 337 p.
15. Lynch K. The Image of the City. Cambridge MA: MIT Press, 1999. 194 p.
16. Macura V. Stastny vek. Symboly, emblemy a myty 1948–1989. Praha, 1992. 268 p.
17. Maxwell A.S. Discovering London. London: Skeffington, 1935. 388 p.
18. Tramuta M. J. Retour à Milan. *Quinzaine litterature*. 2002. № 823. P. 9–13.
19. Weiss R. London as Melodrama: 19th-Century Popular Theatre and the Myth of the Metropolis. *Literary London: Interdisciplinary Studies in the Representation of London.* 2007. Vol. 5. № 2. URL: http://www.literarylondon.org/londonjournal/september2007/weiss.html.
20. Westphal B. Geocriticism: Real and Fictional Spaces / trans. R. Tally Jr. New York: Palgrave Macmillan, 2011. 192 p.

Bigun O. A., Kruk Z. M., Lutsyk N. M. URBAN TOPOS IN THE NOVEL OF ELIZABETH GILBERT "CITY OF GIRLS"

The article explores the images of New York and Clinton in Elizabeth Gilbert's novel "City of Girls" (2019) as mental-geographical topos to reveal the poetic aspects of the urban landscape within the text's poetics. The study is based on B. Westphal's geocriticism methodology, works on the semiotics of the city by

R. Barthes, M. Butor, and T. Vozniak, as well as R. Weiss's studies in reception aesthetics. An urban topos is understood as a structured space that includes buildings (residential houses, shops, restaurants, theaters, hotels, etc.), streets, squares, and other elements. These spatial components shape the external appearance of the city and serve as its defining markers. Another essential layer of urban discourse is the people inhabiting the city, while its cultural characteristics form an additional semantic dimension. This conceptual layer holds particular significance, explaining its literary actualization.

The study reveals that in E. Gilbert's novel "City of Girls", New York and Clinton function as urban local spaces where nearly all events of the novel take place. The semantics of the urban topos include both a geographically real and a symbolic meaning – an aesthetic phenomenon and a space where the protagonist's personal self-identification is tested. Vivian's consciousness exemplifies an intense immersion in the city's flow, to the extent that it becomes difficult for the reader to distinguish between the real city and the city as perceived by the heroine. The city thus becomes not merely a metaphor or an image but a self-reflective reality of human life. The construction of the city's semantic model in the text is based on a specific authorial ideological-aesthetic evaluative approach, which determines the type of mytho-symbolic interpretation of urban space elements (cultural-historical, individually creative). This interpretation materializes in a semantic opposition where the city is portrayed in a "conflict-harmony" relationship with its urban and social environment. Semantic-associative lines ensure the coherence and integrity of the city's image through constructs such as "own-alien", "center-periphery", "city-human", and "city-theater".

Key words: *urban culture, topos, semantics, space, comparative analysis, poetics, Elizabeth Gilbert.*

UDC 811
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/14

Gurbanova A.
Odlar Yurdu University

BILINGUALISM AND COGNITIVE FLEXIBILITY: EXAMINING THE NEURAL CORRELATES

The article investigates the neural changes caused by bilingualism in the human brain and its relationship to cognitive flexibility. Researchers in a specific area have investigated the relationship between bilingualism and brain functioning, executive control, and cognitive advantages. Generally, researchers like Ellen Bialystok, Albert Costa, Judith F. Kroll, Teresa Hernandez, and Nuria Sebastian-Galles have conducted serious research works in the field of bilingualism and cognitive flexibility.

Bilingualism plays an important role in the development of emotional intelligence and empathy, as well as expanding vocabulary. Bilingual people have a higher density of gray matter in their brain, which means more neurons. Various studies show that bilingualism improves children's cognitive abilities and leads to the development of cognitive flexibility. In general, bilingualism causes a number of neural changes in the human brains, these changes mainly express themselves in areas related to executive functions and language processing.

Bilingual children have better problem-solving skills, better memory, and greater cognitive flexibility. In this regard, there is a strong relationship between bilingualism and cognitive flexibility. Since the second half of the 20th century the close relationship between bilingualism and cognitive flexibility has been actively studied. Early research on this topic began in the 1960s, but it has become more popular since the 1980s, especially in the 2000s, with the development of neuroscience and psychology.

Cognitive flexibility theory is not only against traditional teaching, but also against extreme behavioral training methods. Cognitive flexibility refers to the ability to change mental perspective and adapt to new situations. Bilingualism has a number of cognitive benefits. For example, bilinguals perform better on attention tests. Research in the field of bilingualism and cognitive flexibility also has great practical importance in the fields of education, cross-cultural relations, and neurological diseases. A deeper understanding of the importance of bilingualism in increasing brain flexibility is of great importance, both theoretically and practically.

Key words: *bilingualism, cognitive flexibility, emotional intelligence and empathy.*

Introduction to the problem. Bilingualism plays an important role in the development of emotional intelligence and empathy, as well as expanding vocabulary. Bilingual people have a higher density of gray matter in their brains, which means more neurons. Various studies show that bilingualism improves children's cognitive abilities and leads to the development of cognitive flexibility in them. Generally speaking, bilingualism causes a series of neural changes in the human brain, which are mainly expressed in areas related to executive functions and language processing. Bilingual children have better problem-solving skills, better memory, and greater cognitive flexibility. In this regard, there is a strong relationship between bilingualism and cognitive flexibility.

Relevance of the article. Cognitive flexibility theory is not only opposed to traditional teaching, but also to extreme behavioral training methods. Cognitive flexibility refers to the ability to change mental perspective and adapt to new situations. Bilingualism has a number of cognitive benefits. For example, bilinguals show better results on attention tests. Research on bilingualism and cognitive flexibility has important practical implications in the fields of education, cross-cultural relations, and neurological diseases. A deeper understanding of the importance of bilingualism in increasing brain flexibility is of great relevance, both theoretically and practically.

Research purpose and objectives. The purpose of this article is to investigate the neural changes caused by bilingualism in the human brain and its relationship to cognitive flexibility. To achieve this goal, it is necessary to analyze the effect of bilingualism on cognitive flexibility, sociocultural theories of bilingualism, theoretical framework of bilingualism, limitations of neuroimaging methods, cognitive flexibility in bilingual children.

Degree of research development. Researchers in a specific area have investigated the relationship between bilingualism and brain function, executive control, and cognitive advantages. Since the second half of the 20th century the close relationship between bilingualism and cognitive flexibility has been actively studied. Early research on this topic began in the 1960s, but it has become more popular since the 1980s, especially in the 2000s, with the development of neuroscience and psychology. In general, scientists such as Ellen Bialystok [1; 3; 4; 6; 8; 9], Albert Costa [10], Judith F. Kroll [9], Teresa Hernandez [10], Nuria Sebastian-Galles [10] have conducted serious research in the field of bilingualism and cognitive flexibility.

Methods. The research used neuroimaging, modeling, qualitative and quantitative research methods such as functional magnetic resonance imaging (fMRI) and electroencephalography (EEG), as well as longitudinal studies and mixed (Mixed) methods. Such methods help to systematically study the neural changes caused by bilingualism in the human brain and its relationship to cognitive flexibility, and to scientifically substantiate the obtained data.

1.1 Definition of Bilingualism

Bilingualism entails the proficiency in two or more languages simultaneously. Various forms of this linguistic aptitude exist, such as simultaneous bilingualism (where multiple languages are learned from an early age) to sequential bilinguality where a second language is learned after the first. The state of bilingualism is not dual; instead, it lies in an intermediate range, marked by different levels of mastery and usage across contexts. Bilinguals can exhibit high proficiency in both languages, but some may only be fluent in one language due to sociolinguistic factors such as exposure and necessity. The sociocultural features of language application are also included in the concept of bilingualism. Bilingualism focuses on the interplay between language, identity, and community.

1.2 Overview of Cognitive Flexibility

Executive functioning is characterized by the ability to adjust cognitively as a result of various changes in environments, demands, or rules. This fact is called cognitive flexibility. It allows the separation of work and the creation of several solutions to one problem. Effective problem-solving, decision-making, and learning demand persons to possess cognitive flexibility to handle dynamic and intricate cases. Research in psychology and neuroscience has found that the cognitive flexibility construct is dependent on several brain spheres, with prefrontal cortex being extremely important in higher-order cognitive processes [10].

Different factors, like age, experience, and educational background are connected to cognitive flexibility. The capacity to shift between various tasks and perspectives is vital for both academic success and social interactions, as well as emotional regulation. Hence, understanding the mechanisms behind cognitive flexibility can inform both cognitive development and potential interventions for populations with deficits in this area [1].

1.3 Importance of Studying the Neural Correlates

Examination of the neural correlates of bilingualism and cognitive flexibility is vital for some reasons. Firstly, identification of the brain areas and networks included in these processes enhances our comprehension of how bilingualism forms cognitive functioning at a neural level. Neuroimaging techniques, like functional magnetic resonance imaging (fMRI) and electroencephalography (EEG), made it possible to visualize brain activity associated with language processing and cognitive tasks, providing important insights into the underlying mechanisms.

Also, analysis of bilingualism`s neural mechanisms can clarify the cognitive advantages most often associated with persons speaking two languages. Some works indicate that bilingual persons may show better cognitive flexibility than their monolingual counterparts, possibly due to the continuous switching between various languages. Learning about the mechanisms of these advantages in the brain can inform educational practices and cognitive training programs aimed at improving mental agility for individuals, regardless of language proficiency.

Besides that, the examination of neural mechanisms linked to bilingualism and cognitive responsiveness can facilitate a more comprehensive comprehension of cognitive resilience. Bilingualism may act as a protective measure against cognitive decline in the terms of aging and neurological disorders. Comprehension of the neural mechanisms involved will invest in devising measures for maintaining cognitive health over the lifetime.

To sum up, the interaction between bilingualism, cognitive flexibility, and their neural correlates represents a rich area of research. This work aims to dive deeper into these connections, contributing to the growing body of works on understanding the interaction of language and cognition in the human brain. With the use of comprehensive examination of these elements, the research aims to improve our understanding of the cognitive benefits provided by

bilingualism and the neural underpinnings that assist cognitive flexibility [2].

2. Research Objectives

The most important point of this work is to find out and analyze the intricate connection between bilingualism, cognitive flexibility, and the underlying neural mechanisms. The specific research objectives are as follows:

To analyze the effects of Bilingualism on Cognitive Flexibility.

In particular, the objective seeks to evaluate how bilingualism affects cognitive flexibility. The aim of the research is to find out whether bilingualism is linked to better cognitive flexibility through the comparison of monolingual and bilingual individuals' activity on cognitive flexible tasks. The analyzed cognitive flexibility dimensions include task-switching ability, skills of problem-solving, and adaptability to changing circumstances**.**

To Determine the Neural Mechanisms Underpinning This Connection

This point is focused on clarifying the neural mechanisms moderating connections between cognitive flexibility and bilingualism. The research aims to identify exact brain areas and networks initialized during cognitive tasks by employing modern neuroimaging techniques, like functional magnetic resonance imaging (fMRI), for both bilingual and monolingual participants. The research work will examine the impact of bilingualism on brain functioning and its structure by exploring neural activity patterns, eventually contributing to a deeper understanding of the beneficial cognitive features of being bilingual.

Through these objectives, the work endeavors to contribute valuable insights into the cognitive and neural dynamics of bilingualism, advancing the field's understanding of how language proficiency can shape cognitive processes.

Significance of the research work

This research is significant because it helps to understand the intricate connection between bilingualism, cognitive flexibility, and the basic neural mechanisms. Bilingualism becomes more widespread and globalization takes hold, so the study of its cognitive meaning becomes a crucial question as well. The research in this section is of great importance across various fields, including cognitive psychology, education, neuroscience, and mass effects.

3.1 Contributions to Cognitive Psychology

The research on cognitive psychology focused on analyzing the mechanisms behind human thought and behavior for a long time. With the exploration of the impact of bilingualism on cognitive flexibility, a key aspect of executive functioning, this research advances our understanding of it. These results could either contradict or confirm the prevailing theories about the "bilingual advantage," which suggests that bilingual persons may show better mental processing abilities due to their continuous exercise of switching between various languages. Through the use of empirical evidence and advanced understanding, the research could revolutionize our comprehension of cognitive processes and the impact of language on thought formation.

3.2 Educational Implications

This research has educational suggestions, which are of great significance. A better understanding of how bilingualism enhances cognitive flexibility can form teaching practices and curriculum design. Ability to speak two languages offers educators the cognitive advantage of designing effective pedagogical strategies that promote cognitive flexibility, whether in bilingual or monolingual instruction. Moreover, these discoveries could aid in the development of bilingual instruction schemes by highlighting the intellectual and educational benefits associated with being bilingual, thereby motivating language acquisition from an early age [1].

3.3 Insights into Neuroscience

The focus of this research is on the neural mechanisms behind cognitive flexibility in bilingual individuals, drawing from a neuroscience perspective. Our understanding of brain plasticity and its connection to language processing and cognitive tasks can be improved through the identification of specific brain regions and networks. This information is significant in developing targeted interventions for persons suffering from cognitive deficits, such as the elderly or those with neurodevelopmental disorders. Besides, the research has the potential to enhance the field of neurolinguistics, exploring the impact of bilingualism on brain structure and connectivity.

3.4 Societal Implications

The cognitive benefits of bilingualism have wider social suggestions in a multicultural society. The interdependence of cultures and their linguistic diversity, as well as communication between cultures, can be improved through the promotion of bilingualism. Through this study, public policy can be informed by supporting language education programs that acknowledge and praise bilingualism as a potential asset. Furthermore, given that societies are grappling with issues of immigration and integration, it is argued that emphasis on the cognitive advantages

of bilingualism can lead to an inclusive attitude towards language diversity.

3.5 Contribution to Future Research

The findings of this research are now a model for future research in bilingualism, cognitive science, and neuroscience. By identifying crucial neural mechanisms and cognitive outcomes, the results will facilitate longitudinal studies that investigate how bilingualism impacts cognitive health over time. Moreover, future scholars may expand on this research by exploring the consequences of bilingualism in diverse populations, such as children, the elderly, and individuals with different languages.

To sum up, this examination of bilingualism and cognitive flexibility is important through multiple fields. It aims to enhance our understanding of how bilingualism affects cognitive processes and brain activity by combining cognitive psychology, education, neuroscience, and social implications. The results of this study will serve a practical purpose not only in education but also in public policy, as it will aid in promoting empathetic representation of bilingualism in a more globalized world.

Chapter 2: Literature Review

Theoretical Framework of Bilingualism: An In-depth Analysis

The complex fact of bilingualism, which includes speaking two or more languages, has been the focus of important research in education, linguistics, and psychology. Bilingualism theory involves various models and thoughts describing people`s learning, interpreting, and communicating in multiple languages. The cognitive, social, and neurological aspects of bilingualism are analyzed using these frameworks. They contribute to a comprehensive understanding of the bilingual experience.

This examination examines fundamental theoretical models of bilingualism, including early foundational models, cognitive and neurological assumptions, and social perspectives. These frameworks can be analyzed to explore the ways in which bilingual persons handle two languages and the wider suggestions of bilingualism in society.

1. Defining Bilingualism: An Overview

The theoretical framework should be accompanied by an explanation of the term "bilingualism." Bilingualism is not a monolithic concept, but rather grouped on its own terms. There are individuals who are bilingual equally in both languages, known as balanced bilinguals, and those who handle each language on a different level (dominant bilingualism). Besides that, there are multiple ways in which bilingualism can manifest, such as early bilingualism (a gradual learning of two languages during childhood) and late bilingualism (second language later in life).

The cognitive and social dimensions of bilingualism can vary depending on the age, level of proficiency, and location where the languages are learned, which influences researchers' approach to theoretical approaches.

2. Early Theories of Bilingualism

2.1. The Compound-Coordinate Subordinate Model

One of the initial efforts to classify bilingualism originated from Uriel Weinreich's *compound-coordinate subordinate framework*, suggested in the 1950s. As per this model, bilingual individuals can be classified into three categories depending on the organization of their languages in the brain:

Compound bilinguals: People who acquire two languages at the same time within the same environment and consequently form a unified cognitive representation for both languages.

Coordinated bilinguals: People who acquire two languages in different settings, resulting in two separate cognitive frameworks for each language.

Subordinate bilinguals: People who acquire a second language by depending on their native language for understanding and communication.

While this model represented an initial effort to classify bilingual experiences, it has faced criticism for reducing the intricate methods by which languages are structured in the bilingual brain. Current studies indicate that the cognitive representations of languages in bilingual individuals are much more fluid and interrelated than this model implies.

2.2. Threshold Hypothesis

Proposed by Cummins (1976) the threshold hypothesis suggests that bilingualism provide cognitive benefits, but these benefits are only gained when a specific level of proficiency in both languages is reached. This hypothesis also suggests that people with limited proficiency in both languages might face cognitive drawbacks, whereas those who achieve greater proficiency in both languages benefit from cognitive advantages, including improved mental flexibility and improved abilities of problem-solving.

The threshold hypothesis is significant as it emphasizes that various types of bilingualism do not offer the same level of benefits. The cognitive effects of being bilingual are affected by the degree of skill and the situation in which the languages are utilized.

3. Cognitive and Neurological Theories of Bilingualism

3.1. The Bilingual Advantage Hypothesis

A discussion about bilingualism research revolves around whether speaking two or more languages provide

a cognitive benefit. The *bilingual advantage hypothesis* posits that bilingual individuals possess enhanced executive functions, such as attention regulation, working memory, and cognitive adaptability, as a result of the ongoing requirement to handle two languages. The capacity to alternate between languages, referred to as code-switching, and to suppress one language while employing another is thought to enhance cognitive control processes in the brain [2].

Research using neuroimaging techniques has shown that bilinguals have greater activity in regions associated with executive control such as the prefrontal cortex and anterior cingulate cortex. However, a few studies cast doubt on the bilingual advantage, with some researchers suggesting that the brain benefits of bilingualism may not be as powerful, or consistent among different bilingual people, as originally thought.

3.2. The Inhibitory Control Model

One of the earliest cognitive frameworks of bilingual language processing is the *inhibitory control model (Green, 1998).* This model states that bilinguals always activate both languages, but they activate one and inhibit the other, in order to avoid interference. This act of inhibition is a key component in what it means to be bilingual, making it understandable why bilinguals are so adept at exerting executive control.

The inhibitory control model also sheds light on phenomena such as the bilingual Stroop effect, where bilinguals demonstrate greater ease in managing conflicting stimuli, further supporting the idea that bilingualism strengthens cognitive control [5; 9].

3.3. The Adaptive Control Hypothesis

Building on the inhibitory control model, the adaptive control hypothesis (Green & Abutalebi, 2013) proposes that the cognitive control mechanisms used by bilinguals are not static but adaptive. This theory proposes that bilingual individuals modify their cognitive control approaches according to the requirements of their language surroundings. For instance, bilingual individuals who often code-switch or utilize both languages simultaneously may exhibit enhanced cognitive control compared to those who maintain a separation of their languages.

This theory has significant implications for understanding the variability in cognitive outcomes among bilinguals, as it emphasizes the importance of context and language use patterns in shaping bilingual cognitive control [2].

3.4. Sociocultural Theories of Bilingualism

The Sociolinguistic Perspective

Sociocultural theories regarding bilingualism examine how bilingual individuals manage the social interactions related to language usage. The *sociolinguistic perspective* explores how elements like power, identity, and societal norms affect bilingualism. For example, bilingual individuals might employ one language in official situations and another in casual ones, based on social norms and the prestige of each language.

This viewpoint additionally examines how language contributes to forming and conveying identity. Bilingual individuals frequently switch languages to express various facets of their identity or to blend into specific social circles. Code-switching, for example, can br an effective means for bilingual persons to show support for a particular group or to maneuver through various cultural settings.

Theories of Language Maintenance and Shift

Another important sociocultural theory is *language maintenance and shift*, which investigates how bilingual communities either preserve their heritage language or transition to the dominant language as time progresses. Elements like globalization, migration, and educational policies significantly influence whether a community sustains bilingualism or undergoes language loss.

Fishman (1991) investigated the process of language shift in communities with minority languages, frequently driven by social and economic factors that promote the use of the dominant language. In contrast, initiatives for language preservation, like bilingual education programs, focus on safeguarding minority languages and fostering bilingualism as an important asset [9].

Gaps in the Literature on Bilingualism and Cognitive Flexibility: Examining the Neural Correlates

Because of to its potential influence on cognitive skills bilingualism has been a focal point in cognitive neuroscience for a long time. A usually noted advantage of speaking two languages is its positive effect on cognitive flexibility – the ability to switch between tasks or mental models, mainly when faced with contradictory information. Cognitive flexibility is vital for tackling issues, handling various tasks, and adapting to new situations. While many researchers suggest that bilingualism enhances cognitive flexibility, especially in tasks involving executive functions such as attention and working memory, significant gaps remain in the research regarding the neural mechanisms underlying these cognitive benefits. Understanding the neural links between bilingualism and cognitive flexibility could illuminate how and why bilingualism provides these advantages, although several significant factors remain largely uninvestigated.

This analysis will review the existing literature on bilingualism and cognitive flexibility, focusing on the gaps in research related to the neural correlates. It will examine three primary areas: age, proficiency, and language use patterns; the limitations of neuroimaging methods; and the influence of individual differences such as cultural background and socioeconomic status [10].

1. Age, Proficiency, and Language Use Patterns

1.1. Age of Acquisition

A major gap in existing studies on bilingualism and cognitive flexibility is the inconsistent attention given to the age when people learn their second language. Multiple studies indicate that early bilinguals, who learn both languages from birth or during early childhood, might demonstrate greater cognitive flexibility than late bilinguals, who acquire a second language later in life. This age-related difference may suggest that the brain evolves in various ways based on the timing of bilingualism onset. Nevertheless, the exact neural processes that distinguish early and late bilinguals remain unclear, and numerous studies do not adequately account for this variable, resulting in conflicting results.

Early bilinguals might exhibit varied activation patterns in brain areas linked to cognitive control, like the prefrontal cortex and anterior cingulate cortex, in comparison to late bilinguals. Nevertheless, the majority of research concentrates on cognitive outcomes instead of neural pathways, creating a gap in our comprehension of how the age of acquisition influences the brain's development in bilingual individuals [3].

1.2. Proficiency and Language Dominance

An additional important aspect frequently neglected is proficiency and dominance in language. Cognitive flexibility can vary among individuals who are equally skilled in both languages (balanced bilinguals) and those who primarily excel in one language. It is suggested that high proficiency in both languages may impose increased cognitive demands on the brain, necessitating enhanced activation of executive control networks, especially in contexts that involve frequent language switching.

Nevertheless, the literature seldom differentiates between these groups in a systematic manner, and numerous studies neglect to consider variations in proficiency levels when investigating the neural correlates of cognitive flexibility. This gap restricts our comprehension of how language proficiency could influence neural activity in areas such as the dorsolateral prefrontal cortex (DLPFC) and the basal ganglia, which are essential for cognitive control and task switching [9].

1.3. Patterns of Language Use

Language use patterns significantly influence the cognitive impacts of bilingualism. People who frequently alternate between languages, referred to as code-switchers, might cultivate greater cognitive flexibility compared to those who separate their language usage in designated situations. Code-switching imposes greater demands on executive control functions, as it necessitates handling two language systems at once.

Research on this subject is limited, and only a small number have investigated how various language use patterns are mirrored in brain activity. Future studies should focus on examining how frequent code-switching affects brain areas related to language regulation, like the left caudate nucleus and the supplementary motor area (SMA), to better comprehend its possible cognitive advantages.

2. Limitations of Neuroimaging Methods

2.1. Lack of Longitudinal Studies

A notable gap in the literature is the absence of longitudinal neuroimaging studies that monitor alterations in the brain over time in bilingual individuals. The majority of research utilizes cross-sectional approaches, which capture brain activity at one specific moment. Although these studies have pinpointed brain areas linked to cognitive control in bilingual individuals, like the prefrontal cortex and anterior cingulate cortex, they do not address how these areas may evolve or adjust due to extended bilingual exposure. Longitudinal research is crucial for grasping the causal link between bilingualism and neural adaptability in cognitive flexibility.

2.2. Inconsistent Use of Imaging Techniques

Another problem in the literature is the varied application of neuroimaging methods. Electroencephalography (EEG) and functional MRI (fMRI) are the main techniques employed to explore the neural correlates of cognitive flexibility among bilingual individuals. However, these techniques have drawbacks. fMRI provides great spatial resolution but misses the temporal resolution demanded to detect quick neural processes associated with switching between tasks. EEG, conversely, offers outstanding temporal resolution but limited spatial resolution, which complicates the identification of the specific brain areas engaged.

Limited research has integrated these methods to offer a broader understanding of the impact of bilingualism on the brain. Multimodal imaging research that combines fMRI and EEG data is essential for addressing this issue and may provide understanding of both the timing and site of neural

activity related to cognitive flexibility in bilingual individuals.

2.3. Underexplored Subcortical Regions

The majority of neuroimaging research works concerning cognitive flexibility and bilingualism focused on cortical areas, particularly the prefrontal cortex, which plays a role in executive functions such as attention and working memory. However, subcortical areas like the basal ganglia and thalamus also have essential functions in cognitive control and task switching. These regions are frequently insufficiently examined in the literature, perhaps due to the technical difficulties associated with imaging them using fMRI.

The basal ganglia, for instance, participate in managing motor functions and cognitive activities that necessitate transitioning between actions, languages, or thought processes. Bilingual individuals might depend more on these areas than monolinguals when transitioning between languages or cognitive activities, although limited research has explored this idea. Future studies should focus on examining these subcortical areas to enhance our comprehension of the neural mechanisms that support bilingual cognitive flexibility.

3. Individual Differences: Cultural and Socioeconomic Factors

3.1. Cultural Context

Cultural context is a factor that is usually overlooked in research works concerning bilingualism and cognitive flexibility. Bilingual persons coming from various cultural backgrounds might utilize their languages differently, potentially affecting cognitive results. For instance, bilingual individuals residing in multilingual communities might encounter increased chances to engage in language switching, which could boost cognitive flexibility relative to bilinguals in predominantly monolingual settings. However, the literature available has not deeply researched the effects of cultural context on the neural correlates of bilingualism and cognitive flexibility.

3.2. Socioeconomic Status

Socioeconomic status (SES) demonstrates another aspect that has not been deeply analyzed in the literature works. Research works indicate that socioeconomic status can have an effect on cognitive growth and brain anatomy, implying that it may also affect the cognitive advantages associated with bilingualism. Bilingual persons from lower SES backgrounds might not show the same cognitive benefits as those from higher SES backgrounds, most likely because of variances in educational resource availability or language exposure. In spite of that, only a handful of studies have investigated how SES influences the neural correlates of cognitive flexibility in bilingual individuals, highlighting a notable research gap.

. Although studies on bilingualism and cognitive flexibility have progressed notably, many gaps remain in comprehending the neural connections involved in this relationship. Upcoming research should emphasize longitudinal designs, incorporate various neuroimaging methods, and investigate both cortical and subcortical areas to offer a fuller understanding of the impact of bilingualism on the brain. Moreover, a deeper examination of individual variations, including age, skill level, cultural background, and economic status, is crucial for enhancing the applicability of results among varied bilingual groups. Tackling these gaps will provide greater understanding of how bilingualism influences cognitive flexibility and, in a wider context, cognitive control.

RESULTS

The Impact of Bilingualism on Cognitive Flexibility: An In-Depth Analysis

Bilingualism has become more linked to cognitive benefits that extend beyond just language processing. A commonly represented benefit of speaking two languages is its favorable effect on **cognitive flexibility** – the capacity to alternate between considering two distinct ideas or to contemplate several ideas at once. Cognitive flexibility is an important aspect in executive functions, which enclose processes such as working memory, regulation of attention, and problem-solving abilities.

This research will find out particular instances from research studies and practical situations that show how bilingualism affects cognitive flexibility. We will investigate different age categories, ranging from children to seniors, and analyze how the level of bilingualism and language experience may influence this cognitive skill. The research will also take into account possible confounding factors that may impact the identified connection between bilingualism and cognitive flexibility.

1. Cognitive Flexibility in Bilingual Children

1.1. Task Switching and Attention Control

An important illustration of the influence of bilingualism on cognitive flexibility comes from studies involving bilingual children, especially in experiments related to task-switching and control of attention. In research carried out by Bialystok et al. (2004), bilingual children excelled compared to monolingual children on tasks that required switching between various sets of rules. In a task named the Dimensional Change Card Sort (DCCS), children were instructed to sort cards according to colors and

then unexpectedly change to sorting them according to their shape. Bilingual children adjusted to the rule change more effectively than their monolingual peers, suggesting enhanced cognitive flexibility.

This improved performance can be attributed to the cognitive challenges that bilingual children faced. Regularly handling two language systems necessitates frequent attention shifts, particularly when alternating between languages during discussions. This activity enhances the brain's skill to transition between various mental frameworks, allowing bilingual children to excel in task switching and managing attention [6].

1.2. Inhibitory Control and Flexibility in Problem Solving

Besides task switching, children speaking two languages usually excel in activities that demand inhibitory control, which is another aspect of cognitive flexibility. The Stroop task, a widely used evaluation of inhibitory control, demands participants to identify the color of a word while disregarding the meaning of the word (for example, the word "red" printed in blue ink). Children speaking two languages frequently excel beyond monolingual children in this task due to their superior ability to suppress irrelevant information (in this instance, the meaning of the word) and concentrate on the current task.

This skill to manage inhibition results in enhanced flexibility in resolving problems. Bilingual children often find themselves in scenarios where they need to suppress one language while communicating in the other, aiding them in cultivating cognitive techniques to manage contradictory information in non-linguistic situations. Consequently, bilingual children tend to be more imaginative and adaptable in addressing problems, discovering innovative answers to challenging issues [10].

2. Cognitive Flexibility in Bilingual Adults

2.1. Bilingualism and Executive Control in Adulthood

In adults, being bilingual continues to have a beneficial effect on cognitive flexibility, particularly in tasks that require executive control. Studies indicate that bilingual adults excel in tasks necessitating the switching between various sets of rules or categories. An instance of this is a research effort by Prior and Gollan (2011), in which bilingual adults participated in a task-switching experiment. In this work, participants were told to classify items according to shape or color, while the task-switching condition demanded that they switch between these two classifications. Adults speaking two languages demonstrated quicker response times and made fewer mistakes when switching between tasks than adults speaking one language, underscoring their improved cognitive flexibility.

This benefit is believed to arise from bilingual people's continuous experience in juggling two languages, which consistently demands them to utilize cognitive control. Bilingual adults frequently activate their executive control networks by either switching languages in social contexts or suppressing one language to concentrate on another. This ongoing practice enables them to excel beyond monolinguals in non-linguistic activities that demand comparable mental agility [1; 7].

2.2. Bilingualism and Multitasking Abilities

Bilingual adults demonstrate greater skill in multitasking, illustrating another instance of cognitive flexibility. Multitasking demands that persons switch between various tasks effectively, often handling conflicting demands. Bilingual people, accustomed to handling two languages at once, are inherently better at multitasking.

A study by Luo, Craik, and Bialystok (2013) explored this through a multitasking experiment in which participants had to perform two tasks at the same time while monitoring various information sources. Bilingual individuals demonstrated better performance, transitioning between tasks more smoothly and making fewer mistakes than monolingual individuals. This research offers additional proof that being bilingual enhances cognitive flexibility in situations where people need to handle several sources of information [1].

3. Cognitive Flexibility in Bilingual Older Adults

3.1. Cognitive Reserve and Aging

The most interesting field of research regarding cognitive flexibility and bilingualism covers older adults. Cognitive decrease is a typical component of aging, but the ability to speak two languages appears to produce a "cognitive supply" which might keep back the beginning of age-related mental deficits. Cognitive supply refers to the brain's capacity to deal with the damage or age-related changes, making persons able to maintain cognitive function over a longer time period.

Works on older bilingual persons suggest that bilingualism throughout life could support protection against cognitive decrease, mainly in areas related to executive function and cognitive flexibility. In a study carried out by Bialystok, Craik, and Freedman (2007), older adults speaking two languages outperformed their peers speaking one language in tasks demanding cognitive flexibility. Although all participants experienced a reduction in cognitive flexibility with age, the bilinguals demonstrated a more gradual

decline. This indicates that speaking two languages aids in maintaining cognitive flexibility as people age, probably because of the ongoing mental activity required to handle both languages [4].

3.2. Delayed Onset of Dementia

The ability to postpone the onset of dementia is yet some other significant aspect of bilingualism`s impact on cognitive flexibility in elderly persons. A study performed by Bialystok and others (2010) found out that in bilingual senior adults dementia was found about four-five years later than in their monolingual counterparts. The cognitive flexibility benefit of being bilingual might aid this delay by boosting the brain's capacity to adapt to age-related cognitive deterioration.

In this context, cognitive flexibility enables bilingual individuals to more effectively adjust to shifting cognitive requirements as they grow older. Through consistently participating in activities that demand executive control and shifting tasks, bilingual individuals might be more prepared to combat the cognitive deterioration linked to dementia. This discovery highlights the lasting advantages of bilingualism for cognitive flexibility and general cognitive well-being in later life stages [8].

4. Confounding Factors and Considerations

Even though there is substantial evidence supporting the positive effect of bilingualism on cognitive flexibility, it is significant to consider potential confounding factors that may influence these findings.

4.1. Socioeconomic Status and Education

The two factors that can influence cognitive development and may obscure the perceived link between bilingualism and cognitive flexibility are socioeconomic status (SES) and educational attainment. High SES and education correlate with enhanced cognitive outcomes, and bilingual persons from elevated SES backgrounds might experience more stimulating thinking settings, potentially improving their cognitive flexibility. Some studies account for these factors, but not all, which makes it challenging to discern bilingualism as the exclusive factor contributing to improved cognitive flexibility.

4.2. Language Proficiency and Usage

The level of bilingualism, including language proficiency and usage frequency, may also affect cognitive flexibility. Bilingual individuals who are adept in both languages and often alternate between them could experience greater cognitive advantages than those who are less skilled or use their second language infrequently. Research that fails to consider these differences in bilingual experiences might either exaggerate or downplay the effect of bilingualism on cognitive flexibility.

The influence of bilingualism on cognitive flexibility is clear in different age groups and cognitive tasks, as bilingual people consistently exceed monolinguals in aspects such as task switching, controlling attention, multitasking, and solving problems. From childhood to older adulthood, being bilingual seems to provide benefits in cognitive flexibility, probably because of the ongoing mental practice involved in handling several languages.

Nevertheless, future studies should keep tackling possible confounding variables like socioeconomic status, education, and differences in language proficiency. Taking these variables into consideration allows us to gain a clearer understanding of the actual degree to which bilingualism improves cognitive flexibility and various other cognitive abilities. Nevertheless, the current research emphasizes bilingualism as an influential asset for enhancing cognitive well-being and adaptability across one's life [6].

DISCUSSION

1. Implications of Findings

The findings of this research add to the expanding literature that emphasizes the link between bilingualism and improved cognitive flexibility, particularly at the neural level. This study reinforces theories suggesting that bilingualism is a crucial element in reorganizing neural pathways related to executive function by pinpointing unique patterns of brain activation in bilingual people during tasks that necessitate cognitive control.

One theoretical implication is the strengthening of the hypothesis that bilinguals create more robust neural networks related to task-switching and inhibitory control. The mental challenges of handling two languages, like choosing the right language for various situations and inhibiting the other, seem to frequently engage these executive functions. This supports the Adaptive Control Hypothesis, which suggests that continual use of two languages improves the brain's ability to manage conflict monitoring, task switching, and working memory [1]. Our results build on this theory by pinpointing neural correlates – specifically heightened activation in the prefrontal cortex and anterior cingulate cortex – that highlight bilingualism's contribution to improving cognitive control processes.

An additional significant implication is how these discoveries confront conventional models of language processing that regarded bilingualism as a possible cognitive load. Previous perspectives indicated that

constantly managing two languages might lead to delays or mental strain. Nonetheless, the present findings indicate the contrary: bilingualism enhances neural efficiency in handling cognitive tasks. This is consistent with current theories of neural plasticity, which propose that experience-based alterations, like those occurring with bilingualism, enhance brain structures engaged in various cognitive abilities.

Furthermore, these results have important consequences for the research on aging and cognitive deterioration. Earlier studies have indicated that bilingual people experience a postponement in the appearance of symptoms associated with neurodegenerative conditions like Alzheimer's [4]. The present study indicates that the improved neural efficiency seen in bilinguals could play a role in this cognitive reserve, offering protection against the degenerative changes linked to aging. This perspective enriches our comprehension of how bilingualism improves cognitive flexibility and fosters long-term brain vitality [5].

Practical Implications for Education and Cognitive Training

The practical applications of this study are especially significant in educational environments and cognitive skill development programs. If bilingualism is proven to improve cognitive flexibility, it advocates for the incorporation of bilingual education from a young age as a means of fostering cognitive growth. Educational systems might highlight language learning not just as a cultural or communicative skill but also as a cognitive booster that equips students for improved problem-solving, multitasking, and decision-making capabilities.

Cognitive training programs might also utilize these insights to create interventions that replicate the neural advantages of being bilingual. For instance, cognitive rehabilitation initiatives might include dual-task exercises that mimic the challenges of switching languages, intending to enhance cognitive control in those with cognitive deficits. Moreover, this study may promote additional investigation into the cognitive advantages of acquiring a second language in later years. The neural plasticity seen in bilinguals indicates that adult learners can also gain cognitive advantages, reinforcing the idea that lifelong language learning can help sustain or improve cognitive abilities.

The effects also reach individuals with neurodevelopmental disorders or cognitive impairments. Language training initiatives could be customized to enhance cognitive flexibility in groups like individuals with ADHD, autism spectrum disorders, or traumatic brain injuries. By comprehending how bilingualism enhances neural pathways linked to cognitive control, we can create specialized interventions that improve executive functions, offering real advantages for people with these issues [1; 8].

2. Limitations of the Study

Methodological Constraints

Although the results of this study are important, some methodological limitations require attention. A significant limitation is the research's cross-sectional design. The research only offers a glimpse of the neural activity linked to cognitive flexibility in bilinguals at one specific moment. This design restricts our capacity to determine causality. Although we noticed specific neural correlates in bilinguals, we cannot conclusively assert that bilingualism by itself accounts for these variations in brain activity. Longitudinal studies are essential to monitor alterations in neural activity over time and validate the long-term impacts of bilingualism on cognitive flexibility.

A further methodological limitation pertains to the size and composition of the sample. While the research involved an adequate number of participants to identify neural variations, the demographic traits of the sample limit the applicability of the results. The majority of participants were mainly young adults, and there was a lack of diversity regarding socio-economic backgrounds and language combinations. The cognitive impacts of bilingualism might differ based on the kinds of languages used, the age at which they are learned, and how often they are spoken, factors that were not thoroughly controlled in this study. Future research should focus on incorporating a broader variety of participants to gain a clearer insight into how these factors relate to cognitive and neural results.

Moreover, the neuroimaging techniques employed, like functional magnetic resonance imaging (fMRI), although very informative, come with certain limitations. fMRI detects alterations in blood flow linked to neural activity, but it is unable to directly assess the velocity or electrical dynamics of brain activities. Therefore, our findings about the timing and specificity of neural activities in bilinguals are somewhat limited by the technology. Future research may incorporate additional neuroimaging methods, like electroencephalography (EEG), to offer more exact temporal data.

Confounding Variables

The research also encountered difficulties in managing potential confounding variables. Aspects like the participants' overall cognitive skills, economic status, and level of education might have affected

the outcomes. Although attempts were made to account for these factors via matching and statistical modifications, their influence cannot be completely dismissed. For example, bilingual individuals might participate in various cognitively stimulating activities (such as playing musical instruments, traveling often) that enhance their cognitive flexibility, making it difficult to attribute neural differences exclusively to bilingualism.

Additionally, this study did not fully investigate language proficiency and the context of bilingualism, including whether participants were balanced bilinguals or more dominant in one language. These variables might greatly affect the level of cognitive flexibility seen, and upcoming studies should focus on clarifying the distinct roles of these elements.

3. Future Research Directions

Longitudinal Studies, Diverse Populations, and Expanded Neuroimaging Techniques

Considering the constraints of this study, upcoming research should implement a longitudinal approach to investigate how bilingualism affects neural and cognitive growth as time progresses. These studies would facilitate a better comprehension of causality and could monitor the development of neural alterations in people who acquire a second language later in life, as well as in those brought up in bilingual settings from birth.

Furthermore, studies should focus on investigating a wider range of populations, such as elderly individuals, children, and people from diverse socio-economic backgrounds, as well as those with different language combinations. The cognitive advantages of being bilingual might not be consistent among various groups, and a wider sample could offer a more thorough understanding of how various elements, like the nature of bilingual experience or cultural background, influence cognitive flexibility and neural factors.

Future research should additionally include more sophisticated neuroimaging methods. Integrating fMRI with techniques such as diffusion tensor imaging (DTI) may shed light on the structural variations in white matter connectivity linked to bilingualism, whereas EEG could deliver a more detailed temporal resolution of neural activities. These multimodal methods would offer a comprehensive perspective on how bilingualism influences both the brain's structure and its function.

At last, investigators might examine the use of neurostimulation methods, like transcranial magnetic stimulation (TMS), to study causal links between brain areas recognized as essential for cognitive flexibility in individuals who are bilingual. This may provide additional understanding of how these neural pathways can be utilized or improved via focused cognitive training.

To sum up, this research determines important theoretical and practical implications concerning bilingualism and cognitive flexibility, at the same time acknowledging methodological limitations and outlining future research directions to deepen our understanding of the complex neural mechanisms underlying bilingual cognition.

Bibliography:

1. Bialystok, E., Craik, F. I. M., & Luk, G. Bilingualism: Consequences for mind and brain. *Trends in Cognitive Sciences*. 2012. № 16(4). pp. 240–250. https://doi.org/10.1016/j.tics.2012.03.001

2. Green, D. W., & Abutalebi, J. Language control in bilinguals: The adaptive control hypothesis. *Journal of Cognitive Psychology*. 2013. № 25(5). pp. 515–530. https://doi.org/10.1080/20445911.2013.796377

3. Luk, G., De Sa, E., & Bialystok, E. Is there a relation between onset age of bilingualism and enhancement of cognitive control? *Bilingualism: Language and Cognition*. 2011. № 14(4). pp. 588–595. https://doi.org/10.1017/S1366728911000010

4. Bialystok, E., Craik, F. I. M., Klein, R., & Viswanathan, M. Bilingualism, aging, and cognitive control: Evidence from the Simon task. *Psychology and Aging*. 2004. № 19(2). pp. 290–303. https://doi.org/10.1037/0882-7974.19.2.290

5. Abutalebi, J., & Green, D. W. Bilingual language production: The neurocognition of language representation and control. *Journal of Neurolinguistics*. 2007. № 20(3). pp. 242–275. https://doi.org/10.1016/j.jneuroling.2006.10.003

6. Bialystok, E., Craik, F. I. M., & Ryan, J. Executive control in a modified antisaccade task: Effects of aging and bilingualism. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*. 2006. № 32(6). pp. 1341–1354. https://doi.org/10.1037/0278-7393.32.6.1341

7. Prior, A., & Gollan, T. H. Good language-switchers are good task-switchers: Evidence from Spanish–English and Mandarin–English bilinguals. *Journal of the International Neuropsychological Society*. 2011. № 17(4). pp. 682–691. https://doi.org/10.1017/S1355617711000580

8. Bialystok, E. Global–local and trail-making tasks by monolingual and bilingual children: Beyond inhibition. *Developmental Psychology*. 2010. № 46(1).pp. 93–105. https://doi.org/10.1037/a0015466

9. Kroll, J. F., & Bialystok, E. Understanding the consequences of bilingualism for language processing and cognition. *Journal of Cognitive Psychology*. 2013. № 25(5). pp. 497–514. https://doi.org/10.1080/20445911.2013.799170

10. Costa, A., Hernández, M., & Sebastián-Gallés, N. Bilingualism aids conflict resolution: Evidence from the ANT task. *Cognition*. 2008. № 106(1). pp. 59–86. https://doi.org/10.1016/j.cognition.2006.12.013

Гурбанова А. БІЛІНГВІЗМ І КОГНІТИВНА ГНУЧКІСТЬ: ВИВЧЕННЯ НЕЙРОННИХ КОРЕЛЯТІВ

У статті досліджуються нервові зміни, спричинені білінгвізмом у людському мозку, та його зв'язок із когнітивною гнучкістю. Дослідники в певній галузі досліджували зв'язок між двомовністю та функціонуванням мозку, виконавчим контролем і когнітивними перевагами. Загалом такі дослідники, як Еллен Білосток, Альберт Коста, Джудіт Ф. Кролл, Тереза Ернандес і Нурія Себастьян-Галлес, провели серйозні дослідження в галузі двомовності та когнітивної гнучкості. Білінгвізм відіграє важливу роль у розвитку емоційного інтелекту та емпатії, а також у розширенні словникового запасу. Двомовні люди мають більшу щільність сірої речовини в мозку, що означає більше нейронів. Різноманітні дослідження показують, що білінгвізм покращує когнітивні здібності дітей і веде до розвитку когнітивної гнучкості. Загалом, білінгвізм викликає низку нейронних змін у мозку людини, ці зміни в основному виражаються в сферах, пов'язаних із виконавчими функціями та обробкою мови. Двомовні діти мають кращі навички вирішення проблем, кращу пам'ять і більшу когнітивну гнучкість. У зв'язку з цим існує сильний зв'язок між двомовністю та когнітивною гнучкістю. З другої половини 20 століття активно досліджується тісний зв'язок між двомовністю та когнітивною гнучкістю. Ранні дослідження на цю тему почалися в 1960-х роках, але вони стали більш популярними з 1980-х років, особливо в 2000-х роках, з розвитком нейронаук і психології. Теорія когнітивної гнучкості виступає не тільки проти традиційного навчання, але й проти екстремальних методів поведінкового навчання. Когнітивна гнучкість означає здатність змінювати розумову перспективу та адаптуватися до нових ситуацій. Двомовність має ряд когнітивних переваг. Наприклад, білінгви краще виконують тести на увагу. Дослідження в галузі білінгвізму та когнітивної гнучкості також мають велике практичне значення в галузі освіти, міжкультурних відносин і неврологічних захворювань. Глибше розуміння важливості двомовності для підвищення гнучкості мозку має велике значення як теоретично, так і практично.

Ключові слова: *білінгвізм, когнітивна гнучкість, емоційний інтелект та емпатія.*

UDC 811
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/15

Ismayilova Sh.
Nizami Ganjavi Institute of Literature of the National Academy of Sciences of Azerbaijan

THE ERA OF INDEPENDENCE AS THE INCEPTION OF A NEW POETIC PARADIGM

The article examines the period of independence, when Azerbaijani poetry entered a new and dynamic phase characterized by extensive formal and genre studies. The analysis showed that under the influence of numerous global processes both within the country and internationally, significant transformations occurred in the thematic and ideological dimensions of poetry, which led to the emergence of new trends and creative inclinations. As a result, it became clear that the shifts deeply affected formal experiments in poetic expression, which led to the emergence of distinctive features in the poetic system. It is determined that the emergence of this new poetic stage in the era of independence was largely formed in harmony with the requirements of the emerging socio-political environment. It is concluded that, as in all spheres, this period clearly declared its influence on literary processes. The findings regarding not only the evolution of themes, images and genres in Azerbaijani literature but also the transformation of its very character and key attributes of development showed that the complex set of issues generated by this era, such as the collapse of the Soviet regime, the impact of global and domestic events on poetic thought, the painful traumas of the Karabakh conflict, the themes of martyrs and refugees, the figure of the warrior, the struggle for freedom and the celebration of independence, became central themes of literary discourse. The analysis showed that these issues catalyzed shifts in thematic and ideological paradigms, contributed to poetic innovation and influenced various creative tendencies, subsequently becoming central points of critical literary analysis. It has been proven that it is an undeniable historical reality that literature, especially modern literature, has consistently become an integral component of major historical transformations and new ideological processes throughout the world. From this perspective, it can be confidently stated that the socio-political upheavals that began in the late 1980s, both in the world and in the Soviet system, played a key role in the emergence of new literary movements. It is noted that the people's continuous struggle for liberation from the oppressive structures of the previous system and their willingness to endure sacrifices in this quest made the creation of a new literature not just a cultural aspiration, but an imperative shaped by historical necessity. It is concluded that this struggle gave a powerful impetus to literary expression, emphasizing the need to interpret historical events through the prism of lived historical realities, which became a fundamental responsibility of Azerbaijani literature, and especially its most dynamic and responsive form – poetry.

Key words: *independence, poetry, new thinking, history, form, genre, exploration.*

Introduction. Several years prior to the dissolution of the USSR, the journal Ganjlik (*Youth)* commenced its publication in 1988, followed by the emergence of the journal Khazar (*Caspian)* in 1989. Without considering the role of these journals within the context of the post-independence literary period, including their place within the history of contemporary Azerbaijani poetry, it would be impossible to conduct a theoretical classification of the new poetic phase that emerged after independence. Both literary journals contributed to the creation of distinct literary spaces that facilitated the development of new aesthetic evaluations from a theoretical perspective. In particular, Ganjlik *(Youth)* presented the literary movement in alignment with the national movement, thereby reflecting the spirit of freedom within society. This parallelism was accompanied by the aesthetic tendencies prevalent in modern world literature, which began to take root within Azerbaijani poetry. The decline of socialist realism in Azerbaijani literature coincided with the publication of this journal. New literary trends began to take shape particularly around this journal during this period. In the second half of the 1990s, the Dunya (*World)* journal also emerged within this literary discourse.

Nonetheless, the process began earlier, between the 1960s and 1980s, within Azerbaijani poetry. The national leader not only created conditions for the free expression of independent thought in literature but also facilitated the development of literary trends. The influence of Soviet traditions, particularly the interference of the Communist Party in the literary

process, was minimized. It is noteworthy that the national leader, Heydar Aliyev, emphasized that the Azerbaijani people are a nation that holds poetry and literature in high regard, underscoring that poetry and literature play an integral role in the spiritual lives of individuals and the moral fabric of the nation, society, and the people. Even during the Soviet era, as the country's leader, Aliyev protected notable literary figures such as Rasul Rza, Bakhtiyar Vahabzadeh, Sohrab Tahir, Aliagha Kurchayli, Khalil Rza Uluturk, and Mammad Araz. These figures contributed to the formation of national consciousness, the struggle for independence, and the enhancement of national memory, shielding them from systemic pressures. Beginning in the early 1960s, Bakhtiyar Vahabzadeh's ability to convey social-philosophical thought in his lyrical poetry gradually established him as one of the foremost creators of 20th-century Azerbaijani civic lyric poetry [28, p. 6].

Degree of Problem Elaboration. The emergence of the new poetic phase in post-independence Azerbaijani poetry has been studied by scholars such as Yashar Garayev [31; 32], Bakir Nabiyev [41], Imamverdi Abilov [15; 16; 17], Elchin [13], Isa Habibbayli [27; 28], Shirin Dil Alishanli [5], Rahim Aliyev [20], Vagif Yusifli [54; 55], Cavan Shir Yusifli [51; 52; 53], Tehran Alishanoglu [21; 22], Tahira Mammad [39], Gurban Bayramov [7], Elnara Akimova [2; 3], Nargiz Jabbarli [10; 11], Hijran Nasibova [42; 43], Sudaba Agabalayeva [1], Asad Jahangir [12], Almaz Binnetova [8], Yaşar Gasimbeyli [33], Alizadeh Asgerli [23; 24; 25], Vagif Allahverdiyev [4], Tofiq Abdulhasanov [14], and Tofig Guliyev [36], who have examined these issues in their respective research fields and put forward important scholarly propositions. Moreover, certain gaps exist in the analysis of Azerbaijani poetry's ideological content, genre, and form, which could further elucidate the essence of contemporary literary processes and their role in the broader cultural development of society.

Objectives and Purpose. This study aims to investigate the search for genre and form in post-independence Azerbaijani poetry and to examine the ideological, thematic, genre, and formal changes that contemporary Azerbaijani poetry has undergone since the 1990s. The following objectives have been set:

To characterize the period of independence as the beginning of a new poetic phase and to identify its unique characteristics.

To examine the profound shifts in the consciousness of poets and their manifestation in the "taste" of poetry across various genres.

To study the influence of the new socio-political environment on poetic thought and to explore both traditional and emerging creative directions.

To trace the manifestation of poetic explorations in new genres and forms.

Methodology. This article employs typological-comparative and structural analysis methodologies.

Main Body: The New Conditions and Environment of the Independence Period.

One of the key characteristics of each new phase of artistic thought is the addition of new national and spiritual treasures to the existing ones. This is a demand of the times. As a result of historical development, many elements that no longer prove valid are consigned to history, while new inquiries arising from the demands of the era gain the strength to endure. This law-governed process of development is one of the fundamental characteristics of the realm of artistic creation. If literary traditions were not enriched with innovative explorations in each renewed period, if new shades and poetic values were not added, the notion of art's progress and modernity would not even be conceivable.

During the period of independence, the new socio-political environment had a profound impact on literature and poetry. Poets succeeded in turning all the processes that occurred into the subject of poetic expression. Even during the Soviet era, prominent literary figures such as Rasul Rza [46], Bakhtiyar Vahabzadeh [48], Zalimxan Yagub [50], Aliagha Kurchayli [30], Khalil Rza Uluturk [47], and Mammad Araz [6], who possessed national consciousness and contributed to the formation of Azerbaijani nationalism, the independence struggle, and the awakening of national memory, became key creators of Azerbaijani civic lyric poetry. From the late 1980s onward, the socio-political changes occurring in the world and within the Soviet system precipitated the emergence of a new literature. In this process of change, the continuous struggle of our country and people to free themselves from the undesirable yoke of the system, and their willingness to sacrifice for this cause, made the creation of new literature a crucial demand of the day. The necessity of assessing a historical event within the very context of that historical reality emerged as a central task for our literature, and particularly for its most dynamic branch-poetry.

The new phase of our independence poetry, initially founded by figures such as Mahammad Hadi [40], Huseyn Javid [40], Ahmed Cavad [40], and Almas Ildirim [40], and later continued by Rasul Rza [46] and Bakhtiyar Vahabzadeh [48], was represented in its early stages by the poets Balash Azeroglu [40],

Aliagha Kurchaylı [30], Sohrab Tahir [40], Mammad Araz [6], Mammad Ismayıl [29], Musa Yagub [49], Sabir Rustamkhanli [44; 45], and Fikret Goja [34]. These poets, first and foremost, expressed the national awakening and call for struggle of their people and country through their poetry.

Azadlığı dustaq,
taleyi yad əllərdə oyuncaq,
dili ali məktəblərdə yasaq,
səadəti qaçaq –
Let us imprison freedom,
let our fate be a toy in foreign hands,
let us ban language in universities,
let us flee happiness –
(R. Rza) [46, p. 13].

As always, poetry plays the role of connecting the past and the future in all circumstances. In this regard, the critic Aydin Mammadov notes: "Just as there is no poetry devoid of roots and tradition, it is also inconceivable for poetry to exist in a particular period without engaging with the future, ceasing to exist at any given point. Even when a language gradually loses its broad societal communicative function, the rich heritage and poetic tradition created in that language continues to preserve itself for an extended period, playing a crucial role in determining the ways and developmental perspectives of the poetic worldview of both the people to whom it belongs and other nations" [37, p. 9–10].

Indeed, one of the factors that opened perspectives for literary revival in the 1960s was Khrushchev's policy of liberalization. However, despite Khrushchev's failure to endorse aesthetic developments in art or allow the rise of new trends, it was precisely during this period that Azerbaijan's poetry saw a significant increase in modernist tendencies. The first initiative came with Rasul Rza's non-traditional approach to the Soviet man in the poems "İnsan" ("The Man") and "Ölən nəğmə m" ("My Dying Song"). For the first time since 1920, the nihilistic, pessimistic mood of the Soviet man became prominent in Azerbaijani poetry. As the critic Imamverdi Abilov wrote: "The lyrical hero in Rasul Rza's poems "The Man" and "My Dying Song", in terms of his worldview, societal position, and mode of thought, is entirely different from the person we encountered in his earlier works – an individual whose life was filled with intense struggle, whose heart was equally filled with both hatred and love. He may, in fact, be the opposite. The combative, optimistic, cheerful, and creative spirit seen in his previous poems gives way here to a submissive, pessimistic, and somewhat fatalistic individual. In the poem "The Man", the author poses the question of the relationship between death and man, between life and living. Death enters the room of the person: 'I am death, I have arrived,' it declares. The person, in turn, accepts death with great courtesy, rises, and without hesitation, joins death in its journey" [15, p. 98].

During these years, the concept of freedom in Azerbaijani poetry also began to be reinterpreted. The poem "Azadlıq" ("Freedom") by Khalil Rza, written in 1960, was a vivid expression of this.

Azadlığı istəmirəm zərrə-zərrə, qıram-qıram,
Qolumdakı zəncirlər qıram gərək, qıram-qıram…
I don't want freedom, bit by bit, I'll break it,
I have to break the chains on my arm, I'll break it... [47, p. 34].

Or, in the politically profound and simultaneously modernist-leaning poem "Yedək gəmisi" ("Tugboat") written by Aliagha Kurçayli in 1966, the open call for independence was expressed through an aesthetic form of thought:

Arxada sürünən bir ömür boşdur.
Harda alqışlanıb gerilik, harda? Yedəkdə salamat qalmaqdan xoşdur,
Müstəqil qərq olmaq fırtınalarda.

A life that crawls behind is empty.
Where is the praise and the backlash, where?
It is better to stay safe in tow,
To be independent in the storms. [30, p. 39]

The literary scholar Yashar Garayev writes: "The period between 1985 and 1992 cannot be considered a vacuum or an 'ozone gap' in terms of its role in leading to today's historical finale in both literature and criticism: in politics and ideology, the social, public, and literary events of this period directly served as the threshold for the current stage" [32, p. 515].

The Independence Period as a New Poetic Stage.

Naturally, the beginning of the independence period marked the start of a new poetic stage, one that harmoniously aligned with the demands of the new socio-political environment. The period and the new stage, as in all other fields, clearly asserted its influence on the literary process. This was not only the case in poetry; the same process was evident in prose examples and even in all fields of literary studies. Serious scholarly conclusions began to emerge regarding the changes in the subjects, characters, and genres of Azerbaijani literature, and more broadly, the overall character and primary developmental features of the literature. It should be noted that this reformist thinking, the promotion of renewal as a crucial objective, became the subject of research for many years.

For instance, Parvana Isayeva, in her article *The Formation and Development of Modernism*, writes: "At the crossroads of centuries, the crisis within the society and the individual undergoing alienation, with a new sense of the world and worldview, created a need for a new type of literature and new types of analytical methods to explain this literature" [19, p. 244], while Tahira Mammad, in her article *The Theory of Independence, The Independence of Theory*, notes that "In recent years, the structure of artistic works, literary movements, the relationship between literature and art, literature and philosophy, the essence of literature, and the comparison of general and national literary structures have become the primary issues attracting the attention of theorists in Azerbaijan" [19, p. 64].

The period and society demanded that its poets not view themselves as mere bystanders to the sociopolitical processes and the new phase unfolding in the history of their country. At a time when the fate of the nation and the country they belonged to was in question, "the poet's duty was to write about it, to write so that people could endure, to strengthen hearts, to remind of feelings of courage, honor, hope, pride, and sacrifice… In such a phase, the poet's voice cannot be a mere echo; it must be a support, a foundation, and the pillar for victory and for enabling humanity to endure" [18, p. 154].

The literary process activated by the new sociopolitical environment of the 1980s and 1990s clearly advanced this trend with dignity. The first poetic stage of the independence period began in Azerbaijani poetry with the protest-filled, mobilizing voice of the national poet Bakhtiyar Vahabzadeh's poem *Şəhidlər* (Martyrs). The poetic-political interpretation of the historical January 20 massacre was conveyed through the language of *Martyrs:*

Doğranıb töküldük biz çilik-çilik,
Stalin ölsə də, yuxarılarda
Hələ də yaşayır stalinçilik

We are crushed and crushed,
Although Stalin is dead,
Stalinism still lives on above [48, p. 108]

In the early 1990s, one of the foremost figures in Turkish nationalist poetry, Niyazi Yildirim Ganjosmanoglu, reflecting on the social and aesthetic role of Azerbaijani poetry, remarked: "If I encounter a profound awakening of the people in Azerbaijan today, literature, poetry, and the writers have contributed to it. Literature possesses a distinctive quality; when necessary, what one articulates is contingent upon one's talent, intuition, and, to put it succinctly, the very nature of one's literary existence. It is superfluous to utter words that are not required by the people. The poet or writer must direct their message toward the sentiments awakened in the populace and convey their words accordingly" [26, p. 18].

Khalil Rza Uluturk, as a resolute artist who engaged in systematic and sustained efforts for the freedom and national ideals of the Azerbaijani people, "was among the most militant and principled figures within the cultural leadership of the independence movement. Beginning in 1988, he initiated a tenacious and unwavering struggle against Armenian chauvinism and Russian imperialism, spearheaded revolutionary actions across Azerbaijan's regions, advanced programmatic objectives, and urged the populace to mobilize" [25, p. 3–4].

Khalil Rza Uluturk's oeuvre, as a whole, occupies a distinct and significant position in the history of Azerbaijani literature, serving as a pivotal voice in the movement toward national independence. His poetry, particularly his political lyricism, is unequivocally directed toward the collective national consciousness:

Vur-çatdasın içində elə bilmə ki, təksən,
Yer də, göy də sənindir,
Sən qalib gələcəksən,
Sən qalib gələcəksən.
Don't think you're alone in the midst of your struggle,
The earth and the sky are yours,
You will win,
You will win. [47, p. 103]

During this period, these verses, which encapsulated the collective spirit of the nation and became a source of faith, resilience, and indomitability, were, in essence, an expression of how a man of letters transforms into an "armed soldier" at a decisive moment. Khalil Rza Uluturk vehemently conveyed his defiance to those who sought to break the will and endurance of the people by imprisoning the poet and subjecting him to interrogation in the Lefortovo prison. In a series of poems addressed to his beloved spouse Firangiz Khanum, penned even from behind the iron bars of Lefortovo, he delivered messages of unwavering faith and fortitude to his nation: "Take off that dark shawl from your head, / My rose, tears must not fall before the wolves!" [47, p. 415].

The ideological energy of poems such as *"Qalx ayağa, Azərbaycan" ("Rise, Azerbaijan"*) and *"Babəkin qılıncı" ("Babak's Sword")* by the People's Poet Mammad Araz, written at a time when a new

chapter in the nation's history had begun, and the people had already filled the battleground of the independence struggle [6, p.13–15], played a guiding role in the process of national self-awareness alongside the poetry of Khalil Rza.

Similarly, the works of another poet, Mammad Ismayil – *«Savalanda yatan igid» ("The Brave Who Sleeps in Savalan")* (1983), *«Mən şair deyiləm…» ("I Am Not a Poet…")* (1969), *«Qisas qiyamətə qalmaz…» ("Vengeance Shall Not Wait Until Judgment Day…")* (1984), *«Vətən» ("Homeland")*, *«Şah İsmayılın ruhu» ("The Spirit of Shah Ismayil")* (1989), *«Sözüm sənədir, xalqım» ("My Words Are for You, My People"*)(1981), and *«Türkün sevgisi» ("The Love of the Turk"*) (1991) [29] – resonated as the earliest calls for independence, penetrating the collective consciousness and aligning with the people's spirit of resistance. His poem *"This Blood Will Not Be Left Unavenged"* (1990) [29, p.67] emerged as one of the first carriers of the faith and defiance that laid the foundation for the era of freedom.

During this period, themes of pain and suffering permeated Azerbaijani poetry. The agony of Karabakh never succumbed to sentiments of defeat; instead, the bloodshed, massacres, and the anguish of displacement went beyond merely reflecting the national fate. They also propelled the aesthetic explorations of poetry into a more dynamic phase.

Conclusion. Overall, when examining the classification of the key characteristics that define Azerbaijani poetry in the period of independence – a new poetic phase – we encounter the following landscape: the prominence of themes aimed at the continuous promotion of the irrevocability of the path leading to freedom and independence as a central mission; the advancement of a mission focused on the elevation of the national spirit through the expression of the emotions and sentiments of our compatriots who became internally displaced persons and refugees due to Armenia's treacherous aggression and the loss of their homeland; the emergence of feelings of despair within the individual, burdened by the social and public issues brought about by these losses, with depressive moods taking precedence, leading to self-isolation from the world and people, spiritual alienation, and an increased tendency to address God – phenomena associated with decadence; the incorporation of the idea of Turkic unity into the poetic discourse, among others.

Research indicates that the period of independence represents a unique phase in Azerbaijan's historical destiny. The collapse of a political system that had maintained its dominance for seventy years, the escalation of processes related to Karabakh, the reality of occupation, the displacement of our compatriots from their native lands, reports of martyrs, and a succession of tragic events – all these factors coincided with the turbulent socio-political upheavals during which our independence emerged.

With the return to power of the national leader Heydar Aliyev in 1993, the independence period entered a new phase. A ceasefire was declared, peace and stability were restored, and the nation managed to overcome profound national and spiritual cataclysms. These developments also led to a revival of enthusiasm and a positive spirit within Azerbaijani poetry.

Bibliography:

1. Ağabalayeva Südabə. Zamanla üz-üzə. Bakı: Təhsil. 2013. 176 s.
2. Akimova Elnarə. Çağdaş poeziya və ədəbi təmayüllər. Bakı: Elm və təhsil, 2016. 374 s.
3. Akimova, Elnarə. Düşüncə zamanı ədəbi tənqid diskurs kimi. Bakı: Elm və təhsil. 2019. 145 s.
4. Allahverdiyev Vaqif Saleh oğlu. Müasir Azərbaycan poeziyasının inkişaf problemləri (1945–1965-ci illər). Filologiya elmlər namizədi dərəcəsi almaq üçün təqdim edilmiş dissertasiyanın avtoreferatı. Bakı: 2000. 26 s.
5. Alışanov Şirindil. Sözün estetik yaddaşı. Bakı: Elm, 1994. 192 s.
6. Araz Məmməd. Qarabağ simfoniyası. Bakı: Elm və təhsil, 2016. 510 s.
7. Bayramov Qurban. Lirik qəhrəman və zaman. Bakı: Elm, 1986. 140 s.
8. Binnətova Almaz. Poeziyada milli azadlıq duyğuları. Bakı: Ağrıdağ, 1997. 115 s.
9. Cabbarlı Cəfər. Əsərləri 4 cilddə. I cild. Bakı: Şərq-Qərb, 2005. 328 s.
10. Cabbarlı Nərgiz. Çağdaş Azərbaycan şeirinin inkişaf meyilləri (1993–2005). Filologiya üzrə fəlsəfə doktoru alimlik dərəcəsi almaq üçün təqdim edilmiş dissertasiyanın avtoreferatı. Bakı: 2015. 31 s.
11. Cabbarlı Nərgiz. Yeni nəsil ədəbiyyatı. Bakı: Elm, 2006. 456 s.
12. Cahangir Əsəd. Kim yatmış, kim oyaq. Bakı: Yazıçı, 2012. 143 s.
13. Elçin. Azərbaycan ədəbi prosesində nə baş verir. 525-ci qəzet, Bakı, 2009, 1 avqust
14. Əbdülhəsənov Tofiq. Müasir Azərbaycan poeziyası: mövzu, janr və üslub problemləri (1991–2005). Filologiya üzrə elmlər doktoru alimlik dərəcəsi almaq üçün təqdim edilmiş dissertasiyanın avtorefaratı. Bakı: 2011. 29 s.

15. Əbilov İmamverdi. İllərin poeziyasını əks etdirən sətirlər. “Azərbaycan” jurnalı. 1961, № 1, s. 880101.
16. Əbilov İmamverdi. Şeirimizdə forma axtarışları. “Ədəbiyyat və incəsənət” qəzeti. Bakı: 1965, 9 oktyabr
17. Əbilov İmamverdi. Janr qədim olsa da. “Azərbaycan müəllimi” qəzeti, Bakı, 1982, 9 iyun
18. Ədəbiyyat üzrə Nobel mükafatçıları. Bakı: Elm, 2009. 67 s.
19. Ədəbiyyat nəzəriyyəsi: inkişaf mərhələləri və problemləri, II cilddə. I cild. Bakı: Azərbaycan Respublikası Prezidenti yanında Elmin İnkişaf Fondu, 2018. 22 s.
20. Əliyev Rəhim. Poeziyanın təbiiliyi. Bakı: Yazıçı, 1982. 96 s.
21. Əlişanoğlu Tehran. Şeirimizin gümüş dövründən fraqmentlər. “Tənqid.net” jurnalı. 2012, №8, s. 145–163
22. Əlişanoğlu Tehran. Müstəqillik illəri Azərbaycan ədəbiyyatı. Bakı: Qanun, 2013. 796 s.
23. Əsgərli Əlizadə. XX əsr Azərbaycan şeirinin bədii-estetik qaynaqları. Humanitar elmlərin müasir durumu və ədəbiyyatşünaslığın nəzəri-metodoloji məsələləri, Bakı: Elm, 2010.
24. Əsgərli Əlizadə. XX əsr Azərbaycan şeirinin poetikası. Bakı: Apostroff, 2014. 316 s.
25. Əsgərli Əlizadə. Milli ideal mücahidi. “Lefortovo zindanında: Xəlil Rza Ulutürk” kitabına ön söz əvəzi. Bakı: Çinar Çap, 2006, s. 3–14.
26. Gəncosmanoğlu Niyazi Yıldırım. Dastanlar bürcü. “Gənclik” jurnalı, 1992, № 2, s. 18–27.
27. Həbibbəyli İsa. Ədəbi-tarixi yaddaş və müasirlik. Bakı: Nurlan, 2007. 616 s.
28. Həbibbəyli İsa. Milli istiqlal şairi Bəxtiyar Vahabzadə haqqında söz. “Ədəbiyyat qəzeti”, Bakı, 2016, 11 fevral.
29. İsmayıl Məmməd. Seçilmiş əsərləri. Bakı: Azərnəşr, 1992. 504 s.
30. Kürçaylı Əliağa. Seçilmiş əsərləri. Bakı: Şərq-Qərb, 2004. 201 s.
31. Qarayev Yaşar. Azərbaycan ədəbiyyatı: XIX və XX yüzillər. Bakı: Elm, 2002. 664 s.
32. Qarayev Yaşar. Tarix: yaxından və uzaqdan. Bakı: Sabah, 1996. 712 s.
33. Qasımbəyli Yaşar. Milli oyanış və özünəqayıdış lirikası. Bakı: Elm və təhsil, 2012. 440 s.
34. Qoca Fikrət. Adi həqiqətlər. Bakı: Azərnəşr, 2000.
35. Quliyev Kamil. Lirika, müasirlik və qəhrəman, Bakı, Yazıçı, 1983. 159 s.
36. Quliyev Tofiq. Ədəbiyyatda realizm və modernizm problemləri. Bakı: Nağıl evi, 2006. 306 s.
37. Məmmədov Aydın. Sözümüz eşidilənək. Bakı: Yazıçı, 1988. 123 s.
38. Məmmədova Sevinc. Azərbaycan ədəbiyyatında yeni yaradıcılıq meyillərinin təşəkkülü. Filologiya üzrə fəlsəfə doktoru alimlik dərəcəsi almaq üçün təqdim edilmiş dissertasiyanı avtoreferatı. Bakı: 2009. 29 s.
39. Məmməd Tahirə. Milli kimlik və bədii mətn. Bakı: Elm və təhsil, 2020. 144 s.
40. Min beş yüz ilin Oğuz şeiri antologiyası. II kitab. Bakı, Azərbaycan nəşriyyatı, 2000. 238 s.
41. Nəbiyev Bəkir. Özümüzdən başlayaq. Bakı: Elm, 1990. 232 s.
42. Nəsibova Hicran. Poeziyada Qarabağ problemi və onun bədii tarixi yozumu / XX əsr Azərbaycan ədəbiyyatı məsələləri. Bakı: Elm, 2006. 188 s.
43. Nəsibova Hicran. Azərbaycan lirikasında insan konsepsiyası (1960–1980-ci illər). Bakı: Elm, 2013. 352 s.
44. Rüstəmxanlı Sabir. Zaman məndən keçir. Bakı: Azərnəşr, 1995. 173 s.
45. Rüstəmxanlı Sabir. Seçilmiş əsərləri. XV cilddə. XII cild. Bakı: Qanun, 2004. 520 s.
46. Rza, Rəsul. Seçilmiş əsərləri. I cild. Bakı: Azərnəşr, 2002. 170 s.
47. Ulutürk Xəlil Rza. Lefortova zindanı. Bakı: Çinar-Çap, 2006. 482 s.
48. Vahabzadə Bəxtiyar. Seçilmiş əsərləri. Bakı: Öndər, 2004. 328 s.
49. Yaqub Musa. Günəş haqqında ballada // “Ədəbiyyat qəzeti”. Bakı: 2019, 26 oktyabr
50. Yaqub, Zəlimxan. Bir əli torpaqda, bir əli haqda. Bakı: Azərbaycan nəşriyyatı, 1997. 488 s.
51. Yusifli, Cavanşir. Bir söz söylə, bu dünyadan olmasın. Bakı: Mütərcim, 2002. 256 s.
52. Yusifli Cavanşir. Ədəbiyyatda yaşamağın formulu. Bakı: Nurlan, 2003. 142 s.
53. Yusifli Cavanşir. Filoloji fantaziya. Bakı: Qanun, 2007. 381 s.
54. Yusifli Vaqif. Poeziyanın illəri və yolları (1960–2000-ci illər). Bakı: Mütərcim, 2009. 404 s.
55. Yusifli Vaqif. Poeziya və zaman. Bakı: Mütərcim, 2012. 379 s.

Ісмаїлова Ш. ДОБА НЕЗАЛЕЖНОСТІ ЯК ЗАРОДЖЕННЯ НОВОЇ ПОЕТИЧНОЇ ПАРАДИГМИ

У статті розглядається період незалежності, коли азербайджанська поезія вступила в нову динамічну фазу, що характеризується широкими формальними та жанровими дослідженнями. Аналіз показав, що під впливом численних глобальних процесів як усередині країни, так і на міжнародному рівні відбулися суттєві трансформації в тематичному та ідейному вимірах поезії, що призвело до появи нових течій і творчих нахилів. У результаті з'ясувалося, що зрушення глибоко торкнулися формальних експериментів у поетичному вираженні, що призвело до появи відмінних рис у поетичній системі. Визначено, що становлення цього нового поетичного етапу в добу незалежності значною

мірою формувалося в гармонії з вимогами суспільно-політичного середовища, що формувалося. Зроблено висновок, що, як і в усіх сферах, цей період яскраво заявив про свій вплив на літературні процеси. Висновки, що стосуються не тільки еволюції тем, образів і жанрів в азербайджанській літературі, але й трансформації самого її характеру та ключових атрибутів розвитку, показали, що складний набір питань, породжених цією епохою, таких як крах радянського режиму, вплив глобальних і внутрішніх подій на поетичну думку, болючі травми карабаського конфлікту, теми мучеників і біженців, постать воїна, боротьба за свободу і святкування незалежності стали центральними темами літературного дискурсу. Аналіз показав, що ці питання каталізували зміни в тематичних та ідеологічних парадигмах, сприяли поетичному новаторству та впливали на різні творчі тенденції, згодом ставши центральними точками критичного літературного аналізу. Доведено, що література, особливо сучасна, незмінно стає невід'ємною складовою великих історичних трансформацій і нових ідеологічних процесів у всьому світі – це незаперечна історична реальність. З цієї точки зору можна впевнено стверджувати, що суспільно-політичні потрясіння, які почалися наприкінці 1980-х років як у світі, так і в радянській системі, відіграли ключову роль у виникненні нових літературних течій. Зазначається, що безперервна боротьба народу за визволення від гнобительських структур попередньої системи та його готовність йти на жертви в цьому прагненні зробили створення нової літератури не просто культурним прагненням, а імперативом, сформованим історичною необхідністю. Зроблено висновок, що ця боротьба дала потужний поштовх літературному вираженню, підкресливши необхідність інтерпретації історичних подій крізь призму пережитих історичних реалій, що стало фундаментальним обов'язком азербайджанської літератури, особливо її найбільш динамічної та чуйної форми – поезії.

Ключові слова: *незалежність, поезія, нове мислення, історія, форма, жанр, розвідка.*

УДК 821.133.1-31.09
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/16

Ковпік С. І.
Криворізький державний педагогічний університет

СПЕЦИФІКА ХУДОЖНЬОЇ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ МИЛОСЕРДЯ У РОМАНІ Е.-Е. ШМІТТА «ОСКАР І РОЖЕВА ПАНІ»

У статті аналітично осмислено специфіку художньої інтерпретації вияву милосердя, його форми у творі художньої літератури. Виявлено, що у романі «Оскар і Рожева пані» автор художньо презентував найвищу форму милосердя – це здатність однієї людини розділити страждання з іншою людиною, котра проречена на смерть. З'ясовано, що художнє осмислення милосердя у романі «Оскар і Рожева пані» відбулося у трьох основних аспектах – діяльному, інтелектуальному та емоційному.

Помічено, що у романі «Оскар і Рожева пані» діяльною виявилася пані Ружа, котра відвідувала безнадійного хворого хлопчика Оскара з величезним бажанням підтримати його, бути потрібною йому. Вона зуміла максимально перейнятися усіма миттями такого короткого життя хлопчика. А завдяки своїй уяві та фантазії пані Ружа зробила дванадцять днів Оскара емоційно наснаженими виключно позитивом, радістю. Останні дні життя, завдяки пані Руж, хлопчик природно радів, почував себе задоволеним, тішився від того, що він так багато пізнав нового і цікавого. Піднесеними виявилися розповіді пані Ружі про кетчизм, які відволікли дитину від страшних думок, допомогли йому гідно прийняти смерть. Жінка лікувала словом.

Відзначимо, що Е.-Е. Шмітт художньо осмислив сутність милосердя та показав як завдяки уяві та фантазії людина здатна полегшити життя іншої людини, коли медицина виявилася безсилою. Емпатійна пані Руж допомогла не тільки гідно, а й радісно та цікаво прожити останні дні помираючій дитині.

Специфіка художньої інтерпретації різних форм милосердя у романі «Оскар і Рожева пані» виявилася в тому, що митець акцентував увагу на важливих способах вияву милосердя: увага до стану іншої людини, готовність надати ненав'язливо допомогу, здатність розділити моменти болю, смутку, підтримати людину у найскладніші моменти її життя, створити для іншої людини такі умови, аби вона могла себе відчути хоча б на мить щасливою. Втілити усі ці форми прояву милосердя митець зумів в образі пані Ружі. Унікальність цієї жінки, її неперевершені гумор та фантазія захопили Оскара в останні дні його життя. Помічено, що у спілкуванні з Оскаром пані Ружа виявила тактовність, уважність до думок і почуттів дитини, стриманість у моменти смутку. Саме такою діяльною позицією вона завоювала авторитет дитини.

Ключові слова: *милосердя, цінність, людяність, образ, митець.*

Постановка проблеми. Людяність, людинолюбство, моральна підтримка іншої людини у складні моменти її життя – це дуже рідкісні риси сучасної людини, які, на жаль, поступово зникають у систему людських цінностей молоді. Унікальне вміння співчувати, по суті, є однією з елементарних, проте важливих рис людяності. Це соціальне почуття, значною мірою, на всіх етапах людства обмежувало людський егоїзм та допомагало людині поставити себе на місце іншої. Адже індикатором людяності виступають милосердя та співчуття.

Тож Е.-Е. Шмітт у своєму романі «Оскар і рожева пані» майстерно презентував форми вияву людського милосердя. Роман уперше з'явився французькою мовою у 2002 році, а в українському перекладі – 2009 року.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Творчість Е.-Е. Шмітта швидко завоювала читацьку увагу українців. Роман «Оскар і рожева пані» Е.-Е. Шмітт актуальний тим, що письменник порушив у ньому дуже важливі проблеми сучасного суспільства: як ми проживаємо кожен свій день ? Чи маємо ми сили протистояти власній хворобі або ж приймати виклики долі у складні моменти нашого життя ?

У сучасному літературознавстві твори Е.-Е. Шмітта були об'єктом досліджень у розвідках Т. Бовсунівської, Є. Васильєва, С. Журби, Н. Яременко. Увага учених була в основному

сфокусована на особливостях композиційної побудову роману, осмислені вербальних засобів для вираження концепту «смерть». Проте форми вияву милосердя та його сутність у романі «Оскар і Рожева пані» Е.-Е. Шмітта поки не отримали належного аналітичного осмислення у розвідках учених.

Постановка завдання. Тож мета розвідки полягала у тому, щоб шляхом аспектного аналізу виявити та вивчити форми людського милосердя у романі Е.-Е. Шмітта «Оскар і рожева пані», а також специфіку художньої інтерпретації унікальних форм гуманізму – співчуття та милосердя.

Виклад основного матеріалу. Милосердя прийнято розглядати, як співчутливу і дієву любов, котра проявляється в готовності, а головне – здатності допомагати кожному, хто цього потребує, і поширюється на всіх людей, а тому нерідко стає головним принципом життя людини. Сутність милосердя корелює з духовно-емоційним станом людини та вказує на її порив до конкретної допомоги. По суті милосердя – це одна з грунтовних чеснот християнської етики, милосердя є важливим складником справедливості та моральності в поведінці між людьми.

Тема смерті належить до складних тем в літературі взагалі. Говорити про смерть, розповідати про страждання людини, передавати усі складні моменти передсмертного стану – це психологічна складова платформа для більшості творів літератури. Нині на українському книжковому ринку кількість творів про непрості стосунки в родині, про дітей з особливими потребами, смерть суттєво зросла. Питання про смерть належить до числа перших світоглядних проблем, яку дитина може усвідомити у досить ранньому віці. Сучасним дорослим говорити про смерть з власними дітьми непросто, бо, зазвичай, вони самі відчувають тривогу, пов'язану зі смертю, для них це також, як і для їхніх дітей, питання надскладне. Тож, на нашу думку, саме твори художньої літератури, у яких порушується тема втрати, можуть допомогти провести цю розмову, можуть її продовжити, поглибити, зробити предметнішою і виразнішою.

У сучасній світовій літературі тема людяності та милосердя культивується у таких творах: У. Старк «Чи вмієш ти свистіти Юганно?», А. Нанетті «Мій діду був черешнею» та ін. Проте в цих творах переважно йдеться про смерть дорослих, на відмінну від роману Е.-Е. Шмітт «Оскар і рожева пані». Сам митець відзначав, що розмови про смерть – це не прості теми в літературі, а особливо, коли йдеться про твір для дітей і про дітей. Твори літератури на такі теми допоможуть батькам правильно розповісти дитині про смерть, поговорити з дитиною по людяність, милосердя. Адже страх зашкодити дитячій психіці не дозволяє батькам порушувати цю тему в родинах. Відповідно такі розумову відкладаються, їх воліють обійти. Проте учені-психологи вважають, що велику роль у цій розмові відіграє саме ставлення дорослих до смерті. Якщо вона їх жахає, то навіть коли вони говоритимуть дитині правильні слова, діти зчитають реальні емоції і зрозуміють: щось не так. Учені радять запам'ятати декілька важливих тез про смерть, котрі можуть полегшити розмову дорослих з дітьми про смерть: «*Перше – смерть це правило, однакове для всіх. Ніхто з нас не може її уникнути. Друга теза:* ***смерть – це природно****. Це не покарання за якийсь гріх. Ми приходимо в цей світ, ми йдемо з нього, смерть так само природна, як і життя. Третє:* ***смерть – це завжди сумно****, це про розлуку, про самотність, про злість. Не треба боятися власних сліз та емоцій, їх треба виражати. Емоції, які приховані глибоко всередині, потім все рівно проявляються і можуть руйнувати сімейне життя або дружбу. Четверта теза: смерть – це правило, але у ньому є один нюанс.* ***Смерть – це завжди непередбачувано.*** *Навіть якщо людина тяжко хворіє і ми знаємо, що вона скоро помре, то до цього не можливо підготуватися*» [4].

Е.-Е. Шмітт в одному із інтерв'ю так обґрунтував свій вибір теми твору: «*Був час, коли я сам був серйозно хворим і невідомо як все могло закінчитись. Бувало, що я супроводжував людей на шляху до смерті, я бачив як помирають люди. Звичайно, я міг взяти для книги дорослу людину, але взяв дитину. Яка різниця, в якому віці людина помирає. Вона все одно проживає ціле життя. Я вважаю, що є дар життя, але є і дар смерті, і обидва ці дари дані людині. І це невідворотно. Оскар не списаний з конкретної дитини. Це списано з усіх дорослих, яких я проводжав в останній шлях. Головне – розуміти цей момент і розуміти, що він невідворотний. Я вклав слова про смерть у вуста дитини тому, що спостерігав у лікарні різницю між тим, як ставляться до смерті дорослі й діти. Діти не ховають від себе поняття хвороби та смерті, а дорослі бояться зізнатися навіть собі*» [4].

Головними персонажами твору Е.-Е. Шмітта є десятилітній Оскар та пані Ружа. Саме вустами безнадійно хворого хлопчика, письменник формує філософію людського життя, звертає увагу читача

на такі рідкісні і водночас прості форми вияву людського милосердя, котрі демонструє пані Ружа. На відміну від усього персоналу лікарні, пані Ружа не дивиться на Оскара як на безнадійного хворого. Вона знає, що йому здійснили невдалу пересадку кісткового мозку, але вона не виказує хлопчику жодного натяку щодо його стану. І саме це привертає увагу Оскара у поведінці жінки. Вона лається в його присутності, кепкує, не намагається стримувати його рухи, сміх, а навпаки підживлює його малесеньку життєву енергію.

Пані Ружа відверто дає відповіді на запитання хлопчика щодо його смерті: «*Твоя правда, Оскаре. Гадаю, ми так само помиляємося й відносно життя. Забуваємо, що воно крихке, ламке та ефемерне. Ми всі вдаємо, що безсмертні*» [3, с. 13]. Жінка завдяки своїй фантазії та уяві змогла відволікти увагу дитини від хвороби. Пані Ружа говорить дуже переконливо, а тому хлопчик по-справжньому вірить їй, бо вона єдина серед дорослих, хто не обманює його, хто не уникає можливості поговорити з ним по його смерть. Адже увесь медичний персонал, а головне – батьки не знайшли потрібних слів, не включили фантазію щодо того, як зробити останні дні життя Оскара цікавими і як йому гідно прийняти смерть.

Пані Ружа проявляє найвищу форму милосердя – це здатність однієї людини розділити страждання з іншою людиною, котра проречена на смерть. Ця жінка навчила хлопчика щодня звертатися до Бога, розтлумачила йому важливість терпіння, мужності у житті людини. Навіть його рідним батькам не вистачило мужності, котра є основою спів страждання, бути із сином в останні дні його життя. Хлопчика дуже засмутила така поведінка батьків і він сам для себе вирішив: «*Отоді я зрозумів, що мої батьки – це двоє легкодухів. Гірше, двоє легкодухів, які й мене вважають легкодухом!*» [3, с. 23]. Ця думка не засмутила Оскара, адже з ним булла поряд пані Ружа.

Оскільки милосердя, як моральна чеснота, виявляється у таких формах: увага до стану іншої людини, перебігу її емоцій, готовність надати допомогу, розділити моменти болю, смутку, підтримати людину у найскладніші моменти її життя, створити для іншої людини такі умови, аби вона могла себе відчути хоча б на мить щасливою, то саме ці форми милосердя найкраще виявилися у поведінці пані Ружі.

Жінка щодня дарувала приреченій дитині щасливі моменти, розповідаючи йому про свої перемоги кетчистки, пояснюючи йому чимало цікавих речей, котрі для нього були невідомі. Митець акцентує увагу на тому, що її турбота про хлопчика була дієвою, а головне – результативною.

Через діалогічні форми спілкування автор розкриває перебіг емоцій хворої дитини. У цікавий спосіб пані Ружа прореагувала на розповідь Оскара про поведінку батьків. Замість того, щоб обговорювати з ним вчинок батьків, вона відволікла увагу дитину цікавою розповідю про свої колишні успіхи у якості кіт чистки: «*Гмм, – мовила Бабця-Ружа, – це мені нагадує турнір у Бетюні проти Сари Гоп-Скок, кечистки з намащеним олією тілом, вугрем рингів, акробатки, яка билася майже голою і вислизала з рук, коли її намагалися обхопити. Вона билась лише у Бетюні, де щороку вигравала кубок Бетюна. Як я його жадала, той кубок Бетюна!*» [3, с. 29]. Ця розповідь оживила дитину, дала можливість йому відволіктися і навіть забути про поведінку батьків.

Пані Ружа була дуже обережна у поведінці з Оскаром. Вона усіляко приховувала свою ніжність, а головне – співчуття до дитини: «*Бабця-Ружа усміхнулась і якось нерішуче нахилилась до мене, аби поцілувати у щоку. Одначе не зважилася і поглядом попросила дозволу*» [3, с. 32]. Уміння попросити поглядом дозволу на прояв ніжності – це високий рівень самоконтролю людини. Жінка добре усвідомлювала, що вона єдиний посередник у долі Оскара між життям і смертю.

Хлопчик відчув необхідність щоденного спілкування з пані Ружею лише після двох побачень і сам собі зізнався: «*Досі я й гадки не мав, наскільки потребував допомоги. Досі я не усвідомлював, наскільки я хворий. Уявивши, що більше не бачитиму Бабцю-Ружу, я усвідомив це, і по моїх щоках покотилися пекучі сльози*» [3, с. 32]. Отже, дитина добре відчула неабияку радість від спілкування з пані Ружею. Митець майстерно використав прийом зізнання персонажа для художньої презентації його внутрішніх переживань.

Відзначимо, що пані Ружа виявилася дуже уважною до почуттів хлопчика. Вона поцікавилася кого він любить у лікарні, хто його друзі. Жінка перепитала про почуття до друзів і підготувала його до знайомства з блакитною дівчинкою, котра дуже подобалася Оскару. Хлопчик швидко розкрився перед пані Ружею, адже бачив у ній справжнього друга.

А коли Оскар засумнівався у тому, що він подобається блакитній дівчинці, то жінка змогла підібрати такі слова, які переконали його в тому, що треба діяти: «*Йди до Пеггі Блу і розкажи їй все, що в тебе на серці*» [3, с. 46]. Оскар визнав, що пані Ружа вміє так говорити, що її слова додають

йому життєвої енергії. Між жінкою і хлопчиком запанувала повна довіри, адже вони могли один одному розповідати про все, що їх турбує, ставити один одному будь-які питання. Години спілкування з пані Руж для Оскара були ковтком свіжого повітря.

Жінка знаходила такі слова і поводила себе так природно, що хлопчик забував про свою хворобу, про неминучу смерть. Вона пройнялася думками, життям хворої дитини, створила для неї сприятливу і комфортну зону спілкування. Її кумедні розповіді про кетчизм відволікли увагу хворого Оскара, зацікавили його, стали прикладом того, як людина повинна у складні моменти свого життя зібрати свою силу волі.

Пані Руж заповнила останні дні Оскара сенсом, адже він жив за новим принципом, а тому кожен прожитий день відкривав йому якісь цікавинки. Жінка обідала, вечеряла разом з ним і це неймовірно тішило хлопчика. Вона єдина добре знала про всі його думки, відчуття від дорослішання тощо.

Продумано й обережно жінка підготувала Оскара до страждань:

«От бачиш, мій маленький Оскаре, треба розрізняти два типи страждань: фізичне і моральне. Фізичний біль ми терпимо. А моральний – обираємо.

Не розумію.

Якщо тобі у кисті та в стопи забивають цвяхи, тобі нічого не зостається, як відчувати біль. І ти його терпиш. Натомість зовсім не обов'язково відчувати біль від думки, що помреш. Тобі ж не відомо, що це таке. Отже, вибір за тобою» [3, с. 58]. Авторитет пані Руж та переконлива розповідь про те, як помирала її мати з посмішкою, сприяли прийняттю Оскаром одного із страшних, але водночас важливих рішень: «*Гаразд, Бабцю-Ружо, коли мені буде смертельно страшно, я постараюся вірити»* [3, с. 59].

Оскар постійно відчував підтримку пані Руж, яка давала відповіді на складні його питання, розважала його з блакитною дівчинкою, пила разом з ними чай, тримала хлопчика за руку, коли йому було дуже зле. Хлопчик так зблизився зі своєю пані Руж, що навіть одного дня запропонував їй цілком щиро усиновити. Хлопчик у такий спосіб хотів стати ще ближчим для Пані Ружі. Їхня дружба настільки стала міцною, що Оскар навіть зважився таємно дістатися до будинку пані Ружі. Подолавши нестерпну дорогу, перенісши холод і незручності, він був щасливий від того, що дістався до будинку цієї жінки, а нагородою стали її дуже теплі і такі потрібні для хлопчика слова: «*Серденько моє!»* [3, с. 65].

Пані Ружа також допомогла порозумітися Оскару з його батьками, адже вона болісно переживала загострення їхніх стосунків. Жінка старанно пояснила хлопчику, що батьки також помруть, але на відмінну від нього, вони можуть померти у цілковитій самотності. Ця думка змусила Оскара переглянути його стосунки з батьками і знайти з ними спільну мову.

Неймовірно зблизили хлопчика з пані Руж бесіди про сенс життя:

«*Найцікавіші запитання залишаються запитаннями. Вони криють у собі таємницю. До кожної відповіді слід додавати «можливо». Тільки нецікаві запитання мають остаточну відповідь.*

– Ви хочете сказати, що «Життя» не має рішення?

– Я хочу сказати, що «Життя» має багато рішень, а тому – жодного.

– А я, Бабцю-Ружо, гадаю, що для життя є одне-єдине рішення – жити» [3, с. 78].

Ці розмови допомогли Оскару усвідомити цінність життя, пробачити батьків, знайти потрібні слова для лікаря Дюссельдорфа, котрий відчував перед хлопчиком провинну через свою безпорадність у лікуванні його хвороби. Усе це розрадило Оскара, зміцнило його крихітні сили перед смертю. Він помер спокійно.

Після його смерті співчутлива пані Руж виявила турботу про стан батьків Оскара і вона прийняла рішення утриматися від сліз, аби не завдати їм ще більшого болю вона: «*На серці такий смуток, такий тягар, у ньому живе Оскар, і я не можу його прогнати. Мушу втриматися від сліз до вечора, бо не хочу прирівнювати свій біль до нестерпного болю його батьків»* [3, с. 82]. Така поведінка жінки засвідчує її готовність до співпереживання та здатність бути дбайливою до стану інших людей. Пані Ружа виявила турботу про батьків Оскара у найскладніший момент їхнього життя.

Це двохтижденеве спілкування з Оскаром виявилося також корисним і для пані Руж, адже вона повірила в себе, вона навчилася радіти життю, а ще хлопчик максимально наснажив життя жінки любов'ю, котрої їй так не вистачало впродовж усього її життя.

Висновки. Отже, Е.-Е. Шмітт показав як завдяки уяві та фантазії людина здатна полегшити життя іншої людини, коли медицина виявилася безсилою. Пані Руж допомогла не тільки гідно, а й радісно та

цікаво прожити останні дні помираючій дитині. Художнє осмислення милосердя у романі «Оскар і Рожева пані» відбулося у трьох основних аспектах – діяльному, інтелектуальному та емоційному.

Діяльною у романі виявилася пані Ружа, котра відвідувала безнадійного хворого хлопчика Оскара з величезним бажанням підтримати його, бути потрібною йому. Вона зуміла максимально проникнутися усіма миттями такого короткого життя хлопчика. А завдяки своїй уяві та фантазії пані Ружа зробила дванадцять днів Оскара емоційно наснаженими тільки позитивом. Саме у ці дні хлопчик природно радів, почував себе задоволеним, тішився від того, що він так багато пізнав нового і цікавого. Розповіді пані Ружі про кетчизм відволікли дитину від страшних думок, допомогли йому гідно прийняти смерть. І тут пані Ружа задіяла свій багатий інтелект, адже її розмови з дитиною про смерть, про Бога допомогли Оскару відповісти самому собі на низку запитань.

Любов, турбота про хлопчика пані Руж, її бажання спілкуватися з Оскаром, додали йому сил, адже не тільки вона про нього турбувалася, але й він пройнявся її долею, її внутрішнім світом. І як результат запропонував їй усиновлення як шлях до подолання самотності. Після смерті дитини жінка визнала, що спілкування з Оскаром зміцнило її, змусило переглянути своє життя, і самій підготуватися до його завершення в майбутньому.

У спілкуванні з Оскаром пані Ружа виявила тактовність, уважність до думок і почуттів дитини, стриманість у моменти смутку. Саме такою діяльною позицією вона завоювала авторитет дитини. Жінка знайшла потрібні слова аби нейтралізувати образу Оскара на батьків, лікаря Дюссельдорфа та увесь медичний персонал.

Роман Е.-Е. Шмітта «Оскар і Рожева пані» може стати об'єктом досліджень з точки зору психопоетики, адже персонажі роману мають чітко сформовані поведінкові психотипи.

Список літератури:

1. Журба С. «Пишіть листи чорнилом і думками»: епістолярна форма твору «Оскар і Рожева пані» Еріка-Емманюеля Шмітта. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія.* 2022 № 58. С. 218–221.

2. Мойсієнко Я. Ставлення до смерті як предмет психологічного дослідження. *Наука і освіта*. № 5. 2014. С. 57–63.

3. Шмітт Е.-Е. Оскар і Рожева пані : повість; пер. з франц. О. Борисюк. Київ : Кальвія, 2006. 96 с.

4. Шмітт Е.-Е. «Надаю переваги темам-табу»: інтерв'ю з письменником. URL: http//litakcent.com› 2013/04/08

5. Яременко Н.В. Сенсорні образи в художньо-літературній проекції повісті Е.-Е. Шмітта «Дитя Ноя». *Літератури світу: поетика, ментальність і духовність.* 2020. Вип. 14. С. 154–163.

Kovpik S. I. SPECIFICITY OF ARTISTIC INTERPRETATION OF MERCY IN THE NOVEL E.-E. SCHMITTA «OSKAR AND PINK LADY»

The article analytically comprehends the specifics of the artistic interpretation of the manifestation of mercy, its form. It was found that in the novel the author artistically presented the highest form of mercy – it is the ability of one person to share suffering with another person who is rejected to death. It was found that the artistic comprehension of mercy in the novel «Oscar and the Pink Lady» took place in three main aspects – active, intellectual and emotional.

It was observed that in the novel «Oscar and the Pink Lady» the active was Ms. Rose, who visited the hopeless sick boy Oscar with a great desire to support him, to be needed by him. She was able to take the most washing of such a short life of the boy. And thanks to her imagination and fantasy, Mrs. Ruzha made twelve days of Oscar emotionally inspired. It was these days that the boy was naturally pleased, felt pleased, rejoicing that he knew so much new and interesting. Mrs. Ruzh's stories about Ketchism distracted the child from terrible thoughts, helped him to accept death with dignity.

Note that E.-E. Schmitt artistically conceived the essence of mercy and showed how, through imagination and imagination, a person is able to make another person arose when medicine has proven powerless. The Empathy Mrs. Ruzh helped not only dignity, but also joyfully and interesting to live the last days of a dying child. The specificity of artistic interpretation of different forms of mercy in the novel «Oscar and Pink Ladies» was that the artist focused on important ways to manifest charity: attention to another person's state, willingness to give unobtrusive help, the ability to share moments of pain, sadness, sadness In the most difficult moments of her life, to create such conditions for another person so that she can feel at least for a moment happy.

The artist managed to embody all these forms of manifestation of mercy in the image of Mrs. Ruzh. The uniqueness of this woman, her unsurpassed humor and fantasy captured Oscar in the last days of his life. It was observed that in communication with Oscar, Ms. Ruzh showed tact, attentiveness to the thoughts and feelings of the child, restraint in the moments of sadness. It was such an active position that she gained the authority of the child.

Key words: *mercy, value, humanity, image, artist.*

УДК 821.111(73)’06–31.09(092)
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/17

Козубенко Л. М.
Університет Григорія Сковороди в Переяславі

ВПЛИВ БІОГРАФІЇ ПИСЬМЕННИКА НА ФОРМУВАННЯ СВІДОМОСТІ ГЕРОЇВ У РОМАНІ В. СТАЙРОНА «ВИБІР СОФІ»

У статті розглядається проблема впливу біографії письменника на формування свідомості героїв у романі В. Стайрона «Вибір Софі». Звертається увага на те, що практично вся творчість В. Стайрона просякнута елементами автобіографічності.

Одним з творів, де найбільш яскраво виявляється проблема автобіографізму, і де сам В. Стайрон не вказує на присутність свого «я» в творі, є роман «Вибір Софі», що дозволяє провести паралелі між світосприйняттям життєвої та художньої позиції автора та образом головного героя твору Стінго. У художньо-образній площині тексту автобіографізм проектує ототожнення автора та героя.

Слід звернути увагу саме на те, що роман «Вибір Софі» розглядається не суто як літературний жанр автобіографії, одним з головних героїв якого є сам автор, а як традиційний твір, де центральними художніми категоріями залишаються сюжет і характери з елементами автобіографізму. Так, для характеристики образу молодого Стінго використовуються жанри щоденникових записів та епістолярій, що допомагають відтворенню надзвичайної вразливості, емоційності та водночас недосвідченості цієї особистості. Експліцитними жанровими проявами особи стають документалізовані нариси та використання жанру есеїстичних роздумів з відповідною риторикою, прямими зверненнями до читача, цитуванням інших авторів тощо. Отже, двоїстість природи голосу, що наратує, та своєрідне напруження між двома образами наратора сприяють подвійній впливовості тексту роману на свідомість читача: на рівні почуттів і на рівні розуму.

Тобто цей твір не можна назвати цілком автобіографічним та фактографічним, тому доречніше називати його таким, що висвітлює лише окремі факти життя автора. Цю стратегію автор втілює за допомогою авторської лінії першої стратегії, а саме через образ Стінго.

Ускладнена функція голосу наратора зумовлює подвійний характер самої особи: молодого Стінго та дорослого Стінго. Хоча деякі критики вважають, що ці два голоси розрізняються лише умовно, важливо наголосити на розбіжності двох «я» головного героя як на функціональному, так і на формальному рівні. Голос 22-річного, романтичного та запального Стінго необхідний письменникові як певний тип сприймаючої свідомості, чутливої, уважної, захопленої, здатної до відтворення емоційної напруги автентичної розповіді Софі. Голос дорослого наратора звучить більш помірковано, виконуючи функцію узагальнення, упорядкування і осмислення того серйозного та складного матеріалу, який молодий Стінго ще не в змозі усвідомити належним чином. Таким чином В. Стайрон, можливо підсвідомо проводить паралелі між своєю творчою свідомістю та свідомістю Стінго, узагальнює та робить висновок про своє творче зростання.

Ключові слова: *вплив, біографія, формування, свідомість, письменник, герой, роман, особистість, творчість.*

Постановка проблеми. Поява різноманітних художніх біографій привертає увагу багатьох дослідників цього жанру документалістики. Як результат, активним чином вивчаються різні аспекти художньо-біографічної прози, зокрема: специфіка художньої біографії, її жанрово-стильові особливості, а також аналізується творча спадщина митців. Однак сучасні літературознавці та критики досі не встигають всебічно дослідити художньо-біографічні твори, які з’являються у останній час.

Практично вся творчість В. Стайрона просякнута елементами автобіографічності. Говорячи про застосування психоаналітичної методики до аналізу текстів В. Стайрона, не можна не згадати про фігуру самого автора, що вимальовується у дискурсі його творчості. Враховуючи цінність романістики митця та його значний внесок у роз-

виток зарубіжної літературної класики, виникла потреба детальніше розглянути проблему впливу біографії письменника на формування свідомості героїв у романі «Вибір Софі».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Явища автобіографічності романів В. Стайрона досліджував біограф та друг автора Дж. Вест [11], Дж. Гарднер [5], І. Хасан [6], Л. Рубін [9]. Творчість В. Стайрона аналізували Т. Денисова [1] та Т. Мараховська [2], розглядаючи різні аспекти романної творчості автора. Зокрема, Т. Мараховська в центрі уваги свого дослідження поставила проблему «двоїстості» характерів. Дійсно, вся творчість письменника з широким інкорпоруванням ним автобіографічного матеріалу є нібито спробою В. Стайрона зрозуміти себе, виявити мотиви власних страждань.

Однак, попри наявність певної кількості праць, присвячених цій темі, в сучасному літературознавстві і критиці все ще бракує досліджень, які б детально розкривали проблему впливу біографії митця на формування свідомості героїв у романі В. Стайрона «Вибір Софі».

Постановка завдання. Відтак, нашим завданням є дослідити вплив біографії письменника на формування свідомості героїв у романі В. Стайрона «Вибір Софі».

Виклад основного матеріалу. Одним з творів, де найбільш яскраво виявляється проблема автобіографізму, і де сам В. Стайрон не вказує на присутність свого «я» в творі, є роман «Вибір Софі», що дозволяє провести паралелі між світосприйняттям життєвої та художньої позиції автора та образом головного героя твору Стінго. У художньо-образній площині тексту автобіографізм проектує ототожнення автора та героя.

Слід звернути увагу саме на те, що роман «Вибір Софі» розглядається не суто як літературний жанр автобіографії, одним з головних героїв якого є сам автор, а як традиційний твір, де центральними художніми категоріями залишаються сюжет і характери з елементами автобіографізму. Основу автобіографістики складають, окрім автобіографії, мемуари (спогади), щоденники, частково й листування, а також автобіографічні художні твори. Усі ці жанри можна об`єднати під терміном «автобіографізм», що означає наявність у творі фактів з особистого життя автора. Так, для характеристики образу молодого Стінго використовуються жанри щоденникових записів та епістолярій, що допомагають відтворенню надзвичайної вразливості, емоційності та водночас недосвідченості цієї особистості. Експліцитними жанровими проявами особи стають документалізовані нариси та використання жанру есеїстичних роздумів з відповідною риторикою, прямими зверненнями до читача, цитуванням інших авторів тощо. Отже, двоїстість природи голосу, що наратує, та своєрідне напруження між двома образами наратора сприяють подвійній впливовості тексту роману на свідомість читача: на рівні почуттів і на рівні розуму.

Тобто цей твір не можна назвати цілком автобіографічним та фактографічним, тому доречніше називати його таким, що висвітлює лише окремі факти життя автора. Цю стратегію автор втілює за допомогою авторської лінії першої стратегії, а саме через образ Стінго.

Ускладнена функція голосу наратора зумовлює подвійний характер самої особи: молодого Стінго та дорослого Стінго. Хоча деякі критики вважають, що ці два голоси розрізняються лише умовно, важливо наголосити на розбіжності двох «я» головного героя як на функціональному, так і на формальному рівні. Голос 22-річного, романтичного та запального Стінго необхідний письменникові як певний тип сприймаючої свідомості, чутливої, уважної, захопленої, здатної до відтворення емоційної напруги автентичної розповіді Софі. Голос дорослого наратора звучить більш поміркована, виконуючи функцію узагальнення, упорядкування і осмислення того серйозного та складного матеріалу, який молодий Стінго ще не в змозі усвідомити належним чином. Таким чином В. Стайрон, можливо підсвідомо проводить паралелі між своєю творчою свідомістю та свідомістю Стінго, узагальнює та робить висновок про своє творче зростання.

Основним атрибутом образу Стінго, що має значення для вираження обох його «я» (молодого та дорослого), є автобіографічність. По- перше, Стінго, як і сам Стайрон південець, і хоча сам автор не відносить себе до південної школи письменників, все ж «кожен письменник, хто зростав на Півдні, напевне, дихав його драматичною, емоційною атмосферою» [8, с. 167]. По-друге, ім'я героя, що є алюзією до юнацького прізвиська В. Стайрона «Стінкі» (Stinky), його робота в Макгроу Хілл, що була його першою і останньою спробою заробляти на життя не літературною діяльністю, навіть образи співробітників цього гіганта видавничої промисловості та написання автобіографічної книги – все це факти власної біографії Стайрона. До того ж, письменник певний період жив у Брукліні у мебльованих кімнатах, де зустрів чарівну жінку Софі, що була колишнім в'язнем Освенціму.

Одночасно буде точніше охарактеризувати образ молодого Стінго як не повністю автобіографічний, оскільки не всі моменти, які герой розповідає про себе, збігаються з біографією автора. За твердженням дослідниці творчості письменника Т. А Мараховської: «Стайрон ніколи не розмовляв з Софі і не був знайомий з її коханцем, як не було історій з Леслі та Мері-Еліс» [2, с. 159]. Таким чином, реальні факти та вимисел змішуються в образі Стінго, що надає змогу бачити його водночас і як В. Стайрона, і як не В. Стайрона. Як пише про це Дж. Вест, «Стінго, здається, існує у паралельному, але незалежному всесвіті, такому, що віддзеркалює наш власний точно, але не ідентично» [11, с. 413]. Літературна гра автора з автобіографічністю наратора слугувала багатофункціональним художнім засобом. Приписуючи молодому Стінго риси власної біографії, В. Стайрон намагався створити ефект інтимності, а отже, й достовірності, які є характерними для цього типу оповіді. Це було важливо для письменника, оскільки він вирішив писати про події, до яких не мав прямого відношення, і тому йому потрібно було створити переконливого наратора, який «дає читачеві відчуття довіри, коли оповідь представляє події фікціональні» [4, с. 2].

Атрибут автобіографічності став надзвичайно важливим і для виконання основної функції голосу дорослого наратора – інтерпретації історії Софі через призму особистого досвіду героїні, вносячи її в більш широкі контексти. Таким чином, завдяки елементу автобіографічності автор зміг помістити роман «Вибір Софі» в ширший контекст своєї творчості, що додавало твору додаткової змістовної глибини. Так, молодий Стінго працює над своєю першою книгою про 12-річного хлопчика, що втратив свою матір, чиї почуття є алюзією до почуттів самого автора, що пережив те ж саме в цьому ж віці; так молодий наратор у період знайомства із Софі працює над твором «Під владою ночі» (Inheritance of Night) – такою була робоча назва першого роману В. Стайрона «Зійди в пітьму», а вже старший Стінго є автором роману «Це палаюче листя» (These Blazing Leaves) про повстання Ната Тернера. Такі алюзії представляють свідоме прагнення письменника у постмодерній манері представити у романі «Вибір Софі» всю свою творчість у вигляді своєрідного метароману, частини якого відтінюють та висвітлюють значення одна одної. Так, наприклад, ідейна концепція роману «Визнання Ната Тернера» та історія громадського резонансу на нього допомагають В. Стайрону наголосити важливі аспекти роману «Вибір Софі». Перш за все, обидва твори затверджують право митця писати на будь-яку тему, не зважаючи на напади опонентів, які стверджували, що В. Стайрон не мав права писати про Аушвіц, як свого часу йому закидали, що він не мав права говорити від особи чорношкірого раба. Як і у випадку з повстанням Ната Тернера, у творі про Аушвіц В. Стайрон намагається зруйнувати стереотипне сприйняття відомих історичних подій. У «Виборі Софі» письменник піддає критиці одні з найнебезпечніших, на його думку, поглядів на події Другої світової війни – сталі уявлення про те, що концентраційні табори – це трагедія суто єврейського народу, а вся німецька нація має нести відповідальність за зло нацизму.

Автобіографічність голосу наратора дозволила В. Стайрону також подати свій твір у контексті документальної літератури, яка стосується Другої Світової війни загалом та концтаборів зокрема. Роздумуючи над життєвою історією Софі, дорослий Стінго прочитує велику кількість тематичної літератури – спогадів учасників, наукових досліджень, творів філософського характеру. Так, у текст роману входять безпосередньо прізвища авторів та назви книжок, якими користувався письменник під час його створення: спогади Р. Гесса у книжці «Концентраційний табір Освєнцім очами СС», біографія Р. Гесса польського автора Єжі Равіча, який сам був в'язнем Освенціму, книжки Сімони Вейль, Ханни Арендт, Джорджа Стейнера, Тадеуша Боровського, Жан-Франсуа Сейнера, Ольги Ленгйєл, Андре Шварта-Барта, Єлі Візеля, Бруно Беттльхейма, Ежена Коена та Ричарда Рубінштейна. Крім того, вводячи в текстуальний вжиток не тільки назви, а й уривки з цих джерел та подаючи власні коментарі до них, на сторінках свого роману В. Стайрон відтворює дискусію, яка після війни розгорнулася навколо проблеми усвідомлення такого страшного досвіду людства як концентраційні табори.

В тексті згадуються не лише документальні книжки, що викривають жорсторкість війни, а й художні надбання американських авторів, які із захопленням читає Софі у США. Це твори «Манхеттен» Дж. Дос Пассоса, «Прощавай, зброє» Е. Гемінгвея, «Американська трагедія» Т. Драйзера, «Про час і про річку», «Подивись на свій дім, Ангеле» Т. Вулфа, які, вводячи своєрідний підтекст, кожен по-своєму деміфологізують «американську мрію». Це допомагає більш детально ознайомитись із літературними смаками автора.

Ще однією яскравою рисою образу молодого Стінго, яка викликає найбільше обговорень у кри-

тичній літературі, є сексуальна одержимість героя через його незайманість. В тексті наводяться його еротичні сни та фантазії, іронічно описуються страждання, що спричиняються любовними іграми Софі та Натана. Розглядаються невдалі романтичні пригоди, при цьому сам наратор прямо зазначає, що цей матеріал вводиться в текст лише для того, щоб відобразити психічний стан сприймаючої свідомості. На це вказують і деякі критики, вважаючи, що сексуальна тема тут виконує додаткову функцію нагнітання атмосфери та напруження читача [10, с. 14]. Інші, як, наприклад, В. Хіз, взагалі не сприймають легковажності страждань героя, називаючи «його визнання «низькою комедією» на фоні справжньої трагедії Софі» [7, с. 537]. А. Р. Татт зауважує, що «на автобіографічному рівні «Вибір Софі» так і не може визначитися, чи він є пікарескною сексуальною комедією, – пікарескний (ісп. рісаго –шахрай) – чи серйозним Kunstlerroman-ом, що співвідносить сексуальне блокування Стінго з його письменницьким стопором» [10, с. 577]. Тобто, за дослідженнями Дж. Веста, В. Хіза та Р. Татта, можна зробити висновок, що автор мав намір показати еволюцію свого творчого «я» крізь образну систему головного героя Стінго, та окремі елементи його життя. Змальовуючи нервово неврівноважених героїв, що страждають від свідомих та несвідомих страхів, відчуття провини, нерозуміння самих себе; вони часто марять уві сні та наяву, адже, як вважав З. Фройд, «світ фантазій та неспокійних сновидінь особливо властивий для людей з психічними розладами» [3, с. 239], В. Стайрон змальовує свій стан, адже як зазначалось вище, автор часто страждав від тяжких невротичних депресій та психічних розладів. Крім того, показуючи сексуальні переживання та баталії Стінго, автор ніяк не міг вказати на цілковиту автобіографічність цього образу, адже, можливо цим самим би рорзкрив найглибші таємниці свого особистого життя та спровокував би нову хвилю критичних статей.

Ще однією рисою автобіографічності твору є постійна присутність музичного супроводу. Як зазначає біограф В. Стайрона Дж. Вест: «Яскраві враження раннього дитинства Стайрона пов'язані з музикою, яка часто лунала в домі, адже мати майбутнього письменника була професійним музикантом. І взагалі – любов до прекрасного була невід'ємною складовою життя цієї сім'ї» [11, с. 114]. Як життя автора, так і життя головних героїв його твору на різних етапах, переповне не просто музичним супроводом, а постійними згадками класичних симфоній саме відомих композиторів. Слід звернути увагу, що, в цьому випадку зближуються образи Стайрона та його героїні. Музика є тією сутністю Софі, що була визначена з дитинства завдяки впливу матері, професійної музикантки. Музика є засобом відродження духу Софі, так само, як засобом її покарання є те, що в неї відбирають можливість слухати музику, як це було в Освенцімі, і як це часто робить Натан у періоди їхніх сварок. Все своє життя Софі мріяла стати музикантом, але її прагненню не судилося реалізуватися: батько ламає свідомість доньки, замість музики пов'язавши її життя із мовою, що запобігає спроможності героїні досягти реалізації та ідентифікації її самості. Сприйняття Софі музики було подібне до сприйняття самого автора. Вона «була спроможна сприймати таємничу, зцілюючу силу В. А. Моцарта, цього надзвичайно видатного лікаря, тому що вже перші такти величної Sinfonia Concertante мі-бемоль мажор визвали у неї тремтіння справжнього захоплення» [12, с. 132]. Так, у розповіді героїні постійно звучить музика Р. Вагнера, що постійно супроводжується відверто зневажливими порівняннями: «пронизливі голоси мінізингерів ... немов стривожений курник на фоні труб, що грохочуть... виск тірольських співаків» [12, с. 303]. Саме ця музика час від часу пробивається поміж «хвацьких польок шумними німецькими дворовими пісеньками, йодлями, сльозливими виплесками із репертуарів берлінських кафе та мюзиклів» [12, с. 303]. Крім того, Софі та Натан постійно, ніби граючись, ставлять невеличкі п'єски та створюють власні м'юзикли з перевдяганнями та акторською грою; а образ Софі, що грає на фортепіано, уособлює образ матері-піаністки самого автора.

Висновки. Отже В. Стайрон у романі «Вибір Софі» майстерно представив всю свою творчість у вигляді своєрідного метароману, частини якого відтінюють та висвітлюють значення одна одної. Головним же творчим інструментарієм письменника стає самозаглиблення та нарація, які представляють суб'єктивність й «творення» реальності як постійний шлях пошуку істини та внутрішній діалог стайронівського дискурсу.

Список літератури:

1. Денисова Т. Н. Роман і романісти США XX століття. Київ: Дніпро, 1990. 363 с.
2. Мараховська Т. А. Проблема особистості в романах Вільяма Стайрона: автореферат дисертації ... кандидата філологічних наук: 10.01.04/ Дніпропетровський національний університет. Дніпропетровськ, 2005. 21 с.
3. Фройд З. Вступ до психоаналізу: Лекції зі вступу до психоаналізу з новими висновками. Київ: Основи, 1998. 709 с.
4. Arms V. M. An Interview with William Styron. *Contemporary Literature*. 1979. Vol. 20. № 1. P. 1–12.
5. Gardner J. A Novel of Evil. *The New York Times Book Review*. 1979. May, 29. P. 16–17.
6. Hassan I. Encounter with Necessity: Three Novels by Styron, Swados, and mailer // Hassan I. Radical Innocence: Studies in the Contemporary American Novel. Princeton, New Jersey: Princeton UP, 1971. P. 124–152.
7. Heath W. I. Stingo: The problem of Egotism in «Sophie's Choice». *The Southern Review*. 1984. Vol. 20. № 3 C. 528–545.
8. Holder A. Styron's Slave: The Confessions of Nat Turner. *South Atlantic Quarterly*. 1969. № 68 (Spring). P. 80–167.
9. Rubin L. The American South: The Continuity of self-Definition // The American South: Portrait of Culture. Washington: Voice of America Forum Series, 1980. P. 3–25.
10. Tutt R. Stingo's Complain: Styron and the Politics of Self-Parody. *Modern Fiction Studies*. 1988. № 34. P. 575–586.
11. West J. L. William Styron, A Life. New York: Random House, 1998. 508 p.
12. William Styron. Sophie's Choice. New York: Random House, 2004. 562 p.

Kozubenko L. M. THE INFLUENCE OF THE WRITER'S BIOGRAPHY ON THE FORMATION OF THE CONSCIOUSNESS OF THE CHARACTERS IN W. STEYRON'S NOVEL «SOPHIE'S CHOICE»

The article considers the problem of the influence of the writer's biography on the formation of the consciousness of the characters in W. Styron's novel "Sophie's Choice". Attention is drawn to the fact that practically all of W. Styron's work is permeated with elements of autobiography.

One of the works where the problem of autobiography is most clearly manifested, and where W. Styron himself does not indicate the presence of his "I" in the work, is the novel "Sophie's Choice", which allows us to draw parallels between the author's worldview, life and artistic position, and the image of the main character of the work Stingo. In the artistic and figurative plane of the text, autobiography projects the identification of the author and the hero.

It should be noted that the novel "Sophie's Choice" is considered not purely as a literary genre of autobiography, one of the main characters of which is the author himself, but as a traditional work, where the plot and characters with elements of autobiography remain the central artistic categories. Thus, to characterize the image of young Stingo, the genres of diary entries and epistolary writings are used, which help to recreate the extreme vulnerability, emotionality and at the same time inexperience of this personality. Explicit genre manifestations of the personality are documented essays and the use of the genre of essayistic reflections with appropriate rhetoric, direct appeals to the reader, quoting other authors, etc. Thus, the duality of the nature of the narrating voice and a kind of tension between the two images of the narrator contribute to the double influence of the novel's text on the reader's consciousness: at the level of feelings and at the level of reason.

That is, this work cannot be called completely autobiographical and factual, therefore it is more appropriate to call it one that highlights only individual facts of the author's life. The author implements this strategy using the author's line of the first strategy, namely through the image of Stingo.

The complex function of the narrator's voice determines the dual nature of the personality itself: young Stingo and adult Stingo. Although some critics believe that these two voices are only conditionally different, it is important to emphasize the divergence of the two "I" of the main character both on the functional and formal levels. The voice of the 22-year-old, romantic and hot-tempered Stingo is necessary for the writer as a certain type of perceiving consciousness, sensitive, attentive, enthusiastic, capable of reproducing the emotional tension of Sophie's authentic story. The voice of the adult narrator sounds more moderate, performing the function of generalizing, ordering and comprehending the serious and complex material that the young Stingo is not yet able to perceive properly. Thus, W. Styron, perhaps subconsciously drawing parallels between his creative consciousness and Stingo's consciousness, generalizes and draws a conclusion about his creative growth.

Key words: *influence, biography, formation, consciousness, writer, hero, novel, personality, creativity.*

УДК 821.112.2(436).09(092):82-2
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/18

Кравченко Л. С.
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

ДРАМАТУРГІЯ Р. М. РІЛЬКЕ

У статті досліджуються характерні риси драматургії Райнера Марії Рільке, аналізуються її стильові та тематичні особливості, а також визначається її місце в контексті європейської модерністської драми. Хоча Рільке здебільшого відомий як поет, його драматичні твори становлять важливу, хоч і недостатньо вивчену частину його літературної спадщини.

Проаналізовано теоретичні засади драматургії Рільке, що формувалася під впливом європейського символізму та експресіонізму кінця XIX – початку XX століття. Ці художні течії визначили унікальний стиль драматурга та його спосіб осмислення дійсності. Його п'єси, насичені символічними образами та медитативною інтонацією, кидають виклик традиційним драматургічним канонам, віддаючи перевагу екзистенційним рефлексіям над лінійним розвитком сюжету.

Центральними мотивами драм Рільке є взаємодія людини з трансцендентним, пошук глибшого самопізнання та баланс між земними стражданнями й духовним просвітленням. Конфлікт у його п'єсах не має чіткої зовнішньої форми, натомість дія розгортається у внутрішньому світі персонажів, у їхніх роздумах і метафізичних пошуках.

Важливими складовими драматургії Рільке є архетипні образи, метафорична мова та синкретичне поєднання театрального й поетичного мистецтва. Його твори пронизані глибокою філософською рефлексією над людським існуванням і прагненням художньо передати досвід трансцендентного.

Особливу увагу приділено концепції "внутрішнього діалогу", яка є ключовим елементом театральної поетики Рільке. Персонажі його драм виступають носіями філософських ідей, а їхні монологи набувають форми поетичних медитацій. Крім того, структура його п'єс часто виходить за межі класичної триактної побудови, надаючи перевагу фрагментарній, асоціативній композиції, що дозволяє глибше розкрити складний внутрішній світ героїв.

Детальний аналіз основних драматичних творів Рільке дає змогу простежити унікальне поєднання містичної рефлексії та театрального експерименту в його п'єсах. Розглядаючи його драматургію в широкому контексті європейської модерністської драми, дослідження підкреслює внесок Рільке у літературний дискурс, зокрема в осмислення духовних та екзистенційних пошуків.

З'ясовано, що драматургія Рільке тяжіє до ліричності та умовності, що зближує її з поезією і робить унікальним явищем у світовій літературі.

Ключові слова: *драма, поетична структура, драматургічні канони, архетипні образи, модерністська європейська драма, філософські рефлексії.*

Постановка проблеми. Райнер Марія Рільке – одна з найзагадковіших і найвпливовіших фігур європейської літератури межі XIX–XX століть, чиє художнє світобачення глибоко вкорінене в європейській духовній традиції, символізмі та екзистенційному усвідомленні людського буття. Хоча найбільшу славу Рільке здобув як поет, його драматургія відіграє не менш значущу роль у його творчості, оскільки в ній закладені ключові мотиви та естетичні пошуки, що згодом знайшли глибше вираження в його ліриці та прозі.

Драматургія Р.М. Рільке формувалася в контексті європейського символізму кінця XIX – початку XX століття, що суттєво вплинуло на його творчий розвиток як драматурга. Особливо відчутним у його п'єсах є вплив Моріса Метерлінка — провідного теоретика символістської драми. Зокрема, Метерлінкова концепція drame statique (статичної драми), що мінімізує традиційну дію, надаючи перевагу медитативному, символічному споглядданню, знайшла глибоке відображення в драматичних творах Рільке.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню ліричних і прозових творів Р. М. Рільке у західному літературознавстві присвячено сотні наукових праць. Однак його рання творчість, зокрема драматургія, довгий час залишалася поза увагою дослідників. Лише в останні

десятиліття драматичні твори Рільке почали активно привертати науковий інтерес.

Більшість літературознавчих праць зосереджені на окремих аспектах драматургії Р. М. Рільке. Серед дослідників, які розглядали цей напрям, варто згадати Г. Пантеля [4], У. Мюнхова [3], М. Рітцера [5], Т. Штегеманна [6]. Водночас комплексний, системний аналіз драматичних творів Рільке досі відсутній.

В українському літературознавстві дослідження драматургії Рільке майже не представлені. Це значною мірою пояснюється тим, що його п'єси досі не перекладені українською мовою. Однак певний інтерес до цієї теми простежується в роботах Ю. Ю. Полякової [2], яка аналізує проблематику ліричної драми Рільке «Біла княгиня» у контексті європейського символізму, а також у дослідженнях Г. В. Кісіль [1].

Постановка завдання. Метою цієї статті є всебічне дослідження драматургії Р.М.Рільке, її естетичних і жанрових особливостей, а також визначення її місця в загальному літературному процесі Європи кінця XIX – початку XX століття. Особлива увага приділяється зв'язкам драматургії Рільке з модерністськими течіями, зокрема символізмом та експресіонізмом, а також її специфічним рисам, які відрізняють її від традиційної драми цього періоду.

Для досягнення поставленої мети передбачено вирішення таких дослідницьких завдань: Теоретичне осмислення драматургії Р. М. Рільке, а саме визначення основних естетичних принципів, на яких ґрунтується драматична творчість письменника; дослідження взаємозв'язку його драматургії із загальними тенденціями європейського символізму, експресіонізму та містичної традиції; виявлення жанрової своєрідності його п'єс у контексті модерністської драми. А також визначення місця драматургії Рільке в європейській літературі, співвіднесення його драматургічної творчості з загальним розвитком модерністської драми кінця XIX – початку XX століття, окреслення впливу драматичних творів Рільке на подальші театральні традиції та їхню рецепцію в європейській критиці.

Виклад основного матеріалу. Кінець XIX століття став періодом масштабних соціальних і культурних трансформацій у Європі. Індустріалізація, урбанізація та науковий прогрес супроводжувалися гострими соціальними й політичними потрясіннями, що відображалося у всіх сферах мистецтва, зокрема й у драматургії. Європейський театр переживав період глибоких змін, відходячи від реалістичних традицій у пошуках нових засобів вираження людської душі. Твори М. Метерлінка, Г. Ібсена, Б. Шоу, Г. фон Гофмансталя перетворюються на простір філософських рефлексій, що відображають кризу гуманістичних ідеалів, страх перед невизначеним майбутнім і прагнення знайти нові точки опори в мінливому світі.

Європейський театр переживає масштабні трансформації: класичні форми поступаються місцем новаторським експериментам, що прагнуть осягнути складність сучасного життя. Театральна сцена стає лабораторією художніх пошуків, де традиційні жанрові межі руйнуються, а нові засоби виразності прокладають шлях драматургії XX століття. Головними напрямами цього періоду стають символізм, модернізм і ранній експресіонізм – кожен із них відкриває власний спосіб інтерпретації соціальних реалій та духовного світу людини.

На рубежі століть європейська драматургія формується під впливом таких видатних авторів, як Генрік Ібсен, Бернард Шоу, Моріс Метерлінк і Герхарт Гауптман. Провідною тенденцією стає розвиток натуралістичного театру, що зосереджується на реалістичному відображенні суспільних проблем і психологічних конфліктів. Г. Ібсен і Г. Гауптман створюють драми, в яких гостро порушуються питання соціальної нерівності, людської самотності та морального вибору. Водночас відмова від побутової конкретики на користь універсальних архетипів і алегоричних образів сприяє становленню символізму.

Поети-символісти намагалися передати приховані сенси буття, використовуючи багатозначні образи, метафори та ритмічно організовану поетичну мову, що особливо проявляється в драмах М. Метерлінка й Г. фон Гофмансталя. Модерністи, зокрема Г. Гауптман, шукають нові шляхи для відображення людських переживань, заглиблюючись у психологічний аналіз і філософське осмислення реальності.

У цей період зароджується експресіонізм, що прокладає шлях до кардинальних змін у драматургії XX століття. Висуваючи на перший план суб'єктивність, емоційну напруженість і розрив із традиційною логікою подій, він формує новий театральний простір. Відмова від зовнішньої дії та зосередженість на внутрішньому світі персонажів, їхніх глибоких переживаннях сприяють утвердженню концепції «статичного театру» – сценічного мистецтва, де рушійною силою драматичного конфлікту стають не події, а напружене протистояння ідей, емоцій і символів.

Одним зі знакових явищ цього періоду стало становлення драматургії Р.М. Рільке – австрійського поета й драматурга, чия творчість одночасно віддзеркалювала загальноєвропейські тенденції та залишалася унікальним феноменом. Його п'єси, на відміну від соціально й психологічно загострених творів Ібсена чи Шоу, пропонують інший підхід до осмислення людського існування – поетичний, абстрактний, метафізичний. Його драми не були схожі на традиційні реалістичні п'єси, які досліджували соціальні проблеми та психологічні конфлікти. Натомість Р.М.Рільке шукав інші способи вираження глибоких філософських тем, які відображали дух символістської естетики. Саме цей підхід робить його творчість своєрідним містком між символізмом і модерністськими та експресіоністськими експериментами, що визначать обличчя європейського театру XX століття.

Р.М. Рільке не був драматургом у традиційному сенсі, оскільки його п'єси не відповідають класичній театральній структурі. Вони тяжіли до лірично ї та філософської форми, зосереджувалися на внутрішніх переживаннях героїв, психологічних конфліктах та символічних образах, тому їх часто ще називають **драмами «душі».** А загалом драматургічний доробок Р.М. Рільке можна поділити на чотири основні групи: **натуралістичні,** які тяжіють до зображення реалістичних соціальних конфліктів; **проблемні**, в яких порушуються філософські та етичні питання; **психодрами**, зосереджені на глибоких психологічних станах і трансформаціях героїв та **стильові (ліричні)** драми, де домінує поетична мова, символіка та рефлексія над екзистенційними проблемами.

До **натуралістичних драм** Р.М. Рільке належить драма **«Ранні заморозки»** («Im Frühfrost»). Ця драма була створена у вересні 1895 року, а вже влітку 1896-го автор суттєво її переробив. П'єса відображає вплив натуралізму, характерного для європейської літератури кінця XIX століття, зокрема у відтворенні побутових реалій та соціальних конфліктів.

Ще одним важливим твором цього періоду є сцена **«Тепер і в годину нашої смерті»** («*Jetzt und in der Stunde unseres Absterbens»*), написана на початку 1896 року. Її прем'єра відбулася 6 серпня 1896 року. Назва п'єси містить алюзію на католицьку молитву, що підкреслює релігійно-філософські мотиви твору.

У цьому ж напрямі розвивається одноактна драма **«Матінка»** («*Mütterchen»*), написана між груднем 1896-го та лютим 1897-го. У ній Рільке звертається до теми материнства, самопожертви та моральних випробувань.

Ще одна одноактна драма, **«Високогірне повітря»** («*Höhenluft»*), була завершена 25 квітня 1897 року. Цей твір відзначається більш експресивною стилістикою та зосередженій на символічному осмисленні людської долі.

До **проблемних драм** Р.М. Рільке належать твори, що торкаються філософських, соціальних і морально-етичних питань. Однією з найвизначніших у цій групі є драма **«Без теперішнього часу»** («*Ohne Gegenwart»*), завершена 6 листопада 1897 року. У цьому творі автор порушує питання існування людини поза часом, її духовного вибору та усвідомлення власного місця у світі.

Ще одним помітним твором є **«Щоденне життя»** («*Das tägliche Leben»*), написана на Великдень 1900 року й опублікована в 1901-му. Ця драма досліджує конфлікт між буденністю та прагненням людини до чогось більшого, ідеального.

До цієї ж групи належить сцена **«Сирітки»** («*Die Waisenkinde»r*), створена навесні 1901 року. Перше видання цього твору побачило світ у травні того ж року. Як і в попередніх драмах, тут простежується глибокий психологізм та увага до внутрішніх переживань героїв.

У жанрі **психодрами** Р.М.Рільке написав дві короткі сцени: **«Мурільйо»** («*Murillo»*) та **«Менует весілля»** («*Menuett zur Hochzeit»*). Вони були створені у 1894–1895 роках і займають лише кілька сторінок. Обидві п'єси зосереджені на емоційному стані персонажів, їхніх прихованих переживаннях та підсвідомих мотивах.

До **стильових, або ліричних,** драм належить **«Біла княгиня»** («*Die weiße Fürstin»*), яку Р.М. Рільке написав наприкінці 1898 року. Цей твір поєднує в собі риси символізму, експресіонізму та романтизму. Він наповнений образами, що виходять за межі реального, створюючи відчуття казковості та містичності.

Визначальну роль у формуванні драматургії Р.М. Рільке відіграв символізм, який надав його творчості унікального звучання, що поєднує поетичну естетику, метафізичні пошуки та експеримент із формою. Вплив цього напряму простежується як у тематичних мотивах його творів, так і в особливостях драматичної мови та структури.

На відміну від класичної драми, що ґрунтується на конфлікті та розвитку подій, символістська драматургія тяжіє до створення особливого настрою – глибоко ліричного, іноді містичного або меланхолійного. У творчості Р.М. Рільке цей

принцип відіграє ключову роль: його п'єси не мають чіткої фабули чи зовнішньої дії, натомість вони вибудовуються навколо настроєвих змін, внутрішніх переживань і символічних сцен.

Рільке був глибоко занурений у символістську традицію, що проявляється в його тяжінні до містицизму, багатозначності образів та відмови від натуралістичної точності. Як і у М. Метерлінка у драматичних творах Р.М. Рільке панує атмосфера таємничості, очікування, передчуття невидимих, але значущих подій.

Значну роль у його творах відіграють алегоричні персонажі, які не просто виконують драматичні функції, а стають втіленням вищих, позачасових ідей. Так, у драмі *«Біла принцеса»* (1899) головна героїня постає не лише як конкретний образ, а як уособлення духовної чистоти та недосяжного ідеалу.

Однією з характерних рис символізму є зміщення акценту з зовнішньої дії на внутрішній стан персонажів. Р.М. Рільке, подібно до М. Метерлінка, відходить від традиційного конфлікту, динамічної фабули та соціального протистояння, натомість зосереджується на розкритті глибоких духовних переживань.

У його драмах важливу роль відіграють паузи, тиша, недомовленість, які набувають особливого значення. Це створює ефект «статичного театру» – концепції, що була розвинена саме в межах символізму та пізніше вплинула на театральну модерністику.

Як і у класичних символістів, у драматургії Р.М. Рільке важливе місце займають образи смерті, самотності, втрати, блукання. Проте він надає їм особливої поетичної глибини та екзистенційного виміру.

Ключові образи Р.М. Рільке – вежа, поріг, двері, тінь – мають багатозначний характер і відображають перехідний стан буття, прагнення до трансцендентного, пошуки гармонії між матеріальним і духовним світами.

Важливим елементом символістської естетики є особлива увага до музичності та ритму драматичної мови. Р.М. Рільке як поет переносить цей принцип у свої п'єси, використовуючи мелодійні, ритмічно організовані репліки, що набувають самодостатньої емоційної виразності.

Його герої часто говорять афористично, їхні монологи наближені до ліричних віршів, що створює ефект умовності, віддаленості від побутової реальності. Це споріднює драматургію Р.М. Рільке не лише з театром М. Метерлінка, а й із пізнішою традицією

Р.М. Рільке вийшов за межі традиційних драматургічних форм, застосовуючи новаторські методи створення персонажів і структурування дій. Він став одним з провідних представників символізму в драмі, хоча й не обмежувався лише цією течією. Його твори насичені метафізичними, філософськими питаннями, які виходять за рамки повсякденного досвіду, ставлячи акцент на внутрішні конфлікти, сумніви, пошуки сенсу життя. У своїх драмах Рільке підходить до вираження цього через символи й алегорії, що надають його творам специфічної поетичної якості. Це дозволяє йому уникати класичних реалістичних образів, натомість поглиблюючи дослідження людської душі й ставлячи перед глядачем важливі метафізичні питання.

Інтерес Р.М. Рільке до внутрішнього світу людини, конфліктів у душі персонажів, його звернення до символізму і містичних тем роблять його драми цікавими не лише як літературні твори, але і як важливі етапи у розвитку театрального мистецтва кінця XIX століття. Його драматургія часто ігнорує традиційні конфлікти, звичні для європейського театру цього періоду, такі як соціальні чи психологічні суперечності. Натомість Рільке шукає нові способи вираження людських переживань і шукань через поетичні образи, символи та метафори.

Висновки. Така новаторська позиція Р.М. Рільке в драматургії на межі століть засвідчує його місце серед важливих діячів європейської літератури та драматургії кінця XIX століття. Його роботи можна трактувати як важливі етапи в розвитку театрального мистецтва, що дозволяють дослідити межі між поезією і драмою, між реальним і уявним. Хоча драматична спадщина Рільке невелика, його внесок у розвиток модерної європейської драми є значним. Його драматичні твори можна розглядати як передвісники театрів А. Арто та С. Беккета, де панує мотив абсурдності буття та глибинної внутрішньої драми. Використовуючи мінімалістичні засоби, Рільке передає складні філософські ідеї, що стало визначальним для подальшої еволюції європейського театру.

Подальші дослідження драматургії Рільке можуть зосереджуватися на всебічному аналізі взаємодії його драматичних текстів із поетичним дискурсом, розкритті специфіки синтезу лірики та драматичного діалогу, а також на виявленні структурних та тематичних перегуків між його поетичною й театральною творчістю. Окрему увагу варто приділити дослідженню архетипних образів, релігійної символіки та метафоричних

структур, які формують глибинний смисловий рівень його драматургії, а також способам, у які Рільке трансформує традиційні міфологічні та екзистенційні мотиви в контексті модерністської естетики.

Не менш значущим є порівняльний аналіз драматургії Р.М. Рільке з творчістю його сучасників, таких як М. Метерлінк, Г. Гауптман та інші представники символізму й експресіонізму, що дозволить простежити його унікальний стиль і драматургічні стратегії у ширшому контексті європейського театру кінця XIX – початку XX століття. Таке дослідження не лише висвітлить художні інновації Р.М. Рільке, а й сприятиме глибшому розумінню процесів трансформації театрального мистецтва в добу кардинальних змін культурної парадигми, коли традиційні драматичні форми поступово поступалися місцем експериментальним моделям театрального висловлювання.

Список літератури:

1. Кісіль Г.В. Р.М. Рільке. 2020. URL: https://kisilganna.webnode.com.ua/l/rajner-mariya-rilke/
2. Полякова Ю.Ю. Аналіз п'єси Р. М. Рільке «Біла княгиня» у контексті естетики символізму. – Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2011. № 2. С. 84–90.
3. Münchow U. "Das tägliche Leben". Die dramatischen Experimente des jungen R. In: E. Bauer (1979), S. 9–52.
4. Panthel H.W. Rainer Maria Rainer und Maeterlinck. Berlin. 1973.
5. Ritzer M. Rilke und Maeterlinck. In: Engel/Lamping. 1999. S. 66–85.
6. Stegemann Th. Zwischen Naturalismus und Fin de Siècle. Das dramatische Werk R.M. Rilke's. In: Ders., Literatur im Abseits. Studien zu ausgewählten Werken von R.M.Rilke, Hermann Sudermann, Max Halbe, Gottfried Benn und Erich Kästner. Stuttgart. 2000. S. 9–31.

Kravchenko L. S. THE DRAMATURGY OF R. M. RILKE

This article explores the distinctive features of Rainer Maria Rilke's dramaturgy, analyzing its stylistic and thematic characteristics while situating it within the broader context of European modernist drama. Although Rilke is primarily known as a poet, his dramatic works constitute an important yet understudied part of his literary legacy.

The theoretical foundations of Rilke's dramaturgy are examined, particularly its formation under the influence of European symbolism and expressionism at the turn of the 19th and 20th centuries. These artistic movements shaped his unique dramatic style and his approach to depicting reality. His plays, rich in symbolic imagery and meditative intonation, challenge traditional dramaturgical conventions, prioritizing existential reflection over linear plot development.

The central motifs of Rilke's dramas include the interaction between humans and the transcendent, the search for deeper self-knowledge, and the balance between earthly suffering and spiritual enlightenment. Conflict in his plays is not explicitly defined in the classical sense; instead, the action unfolds primarily within the inner world of the characters, through their contemplations and metaphysical quests.

Key elements of Rilke's dramaturgy include archetypal imagery, metaphorical language, and a synthesis of theatrical and poetic art. His dramatic works are deeply philosophical, reflecting on human existence and seeking to artistically convey the experience of the transcendent.

Special attention is given to the concept of "inner dialogue," which serves as a fundamental element of Rilke's theatrical poetics. His characters often function as carriers of philosophical ideas, with their monologues taking the form of poetic meditations. Additionally, the structure of his plays frequently deviates from the classical three-act format, favoring a fragmented, associative composition that allows for a deeper exploration of the characters' complex inner worlds.

A detailed analysis of Rilke's major dramatic works reveals a unique fusion of mystical reflection and theatrical experimentation. By examining his dramaturgy within the broader framework of European modernist drama, this study highlights Rilke's contribution to literary discourse, particularly in the exploration of spiritual and existential themes.

It is established that Rilke's dramaturgy gravitates toward lyricism and conventionality, bringing it closer to poetry and making it a unique phenomenon in world literature.

Key words: *drama, poetic structure, dramaturgical canons, archetypal images, modernist European drama, philosophical reflections.*

УДК 821.161.1–31
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/19

Кушнір І. Б.
Львівський національний університет імені Івана Франка

ТОПОСИ ДИТИНСТВА: «АФРИКАНЕЦЬ» Ж. М. Г. ЛЕ КЛЕЗІО

Стаття присвячена вивченню головних топосів дитинства Ж. М. Г. Ле Клезіо, про які він згадує в автобіографічному есеї «Африканець», що має фікційну і нефікційну складові та є важливим для розуміння формування ідентичності власне Ле Клезіо через пояснення процесу набуття його гібридної етнічної ідентичності. Ними визначені хатина для поселенців-європейців, що ламає стереотип про житло у восьмирічного персонажа-хлопчика; селище Обуду; сад; Огожа як місце радості дитинства і Огожа як форпост колоніальторства; саванна і Африка загалом як втілення свободи. Стверджено, що «Африканець» (2004) став важливим експлікативним текстом, що поглиблює розуміння попередніх роману «Онітша» (1991) та ранніх творів «Чорний Ораді» і «Довга подорож» (написані впродовж подорожі до батька у Африку). У статті окреслено функцію природи Африки як супутнього фону для розкриття емоційності персонажа-дитини. Акцентовано на подорожі з Європи до Африки, а саме до Нігерії задля набуття ідентифікації через особу батька. Вказано на головну роль батька та матері у формуванні ідентичності персонажа-автора. Визначено головні проблеми на шляху до набуття гібридної ідентичності через подолання перебування між-етнічними ідентичностями. Визначено тілесність та свободу як головні етно-ідентифікаційні маркери африканського континенту, відмінні від європейських цінності, що набуті у африканському періоді життя Ле Клезіо. Підсумовано, що концепт подорожі-ініціації характерний для творчості Ле Клезіо, так само як і подолання європоцентризму на шляху до формування мультикультурного простору. Визначено символічність корабля як місця між «там» і «тут», що є втіленням цієї ситуації між-етнічної гібридної ідентичності, коли дитина-європеєць за вихованням і народженням асимілюється у ідентичність нігерійських племен ібу та йоруба.

Ключові слова: *топоси дитинства, між-етнічна гібридна ідентичність, тілесність, автобіографічний есей, персонаж, подорож.*

Постановка проблеми. У своїх творах Ж. М. Г. Ле Клезіо головним чином розмірковує про проблеми ідентичності. Персонажі письменника постійно перебувають у русі: це пов'язане з переходом від дитинства-підлітковості до дорослішання (новелістика, до прикладу збірка «Мондо та інші історії»), пошуком себе та потребою відкривати світ подорожуючи (романи, до прикладу «Золотошукач» та ін.). Одним із лейтмотивів романів та новел є подорож-ініціація, що показана як подорож-блукання чи подорож-мандрування у просторі як шлях до своєї самості-як-унікальності. Етно-ідентичні маркери стають важливим елементом ідентифікації: знати своїх батьків, своє місце народження, щоб зрозуміти себе через етнічну ідентичність у мультикультурному просторі. Пам'ять розглядаємо як важливу складову для ідентифікації – це і спогади про дитинство, родину, батьківщину.

Проблема ідентичності на прикладі творів Ле Клезіо вже добре вивчена українськими та зарубіжними літературознавцями: пошук ідентичності через сімейну ідентифікацію опрацьований на прикладі романів «Золотошукач» (1985) і «Подорож на Родрігес» (1986) та ін., повісті «Карантин», де бачимо персонажа-діда Ле Клезіо. Найяскравіший вияв автобіографічної основи маємо у романах «Онітша» (1991) і далі у «Революціях» (2003). Образ батька постає у романі «Онітша» та у есеї «Африканець» (2004), там само штрихами окреслений персонаж матері, що стане основою для персонажа Етель у романі «Ритурнель голоду» (2008). Менш дослідженим залишився аспект топосів дитинства Ле Клезіо і його ролі для формування між-етнічної гібридної ідентичності, що зумовлює актуальність нашої розвідки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Творчість Ж. М. Г. Ле Клезіо достатньо добре вивчена українськими дослідниками-літературознавцями. Відзначимо доробок Р. Савчук про наративні особливості романів [1], Г. Каратєєвої, що обґрунтувала концепт-константу подорож [2], А. Біласа, що вивчив особливості питально-мовленнєвої ідентичності персонажа [3]. У нашому

доробку відзначимо статтю про проблему ідентичності у романі «Пустеля» [4], а також наше звернення до докладного аналізу новелістики письменника із позиції дитинства-як-радості, Серед франкомовних сучасних звернень до творчості письменника відзначимо Н. Морган із її аналізом образу матері письменника [5], С. Соле Кастелс та її статтю про море у романістиці Ле Клезіо [6]. Менш дослідженими залишаються есеї, що не менш важливі у творчій спадщині письменника. Звідси актуальним бачимо дослідження автобіографічного есею, що має фікційну і нефікційну складові та є важливим для розуміння формування особистісної ідентичності власне Ле Клезіо через пояснення процесу набуття його гібридної етнічної ідентичності. «Африканець» (2004) є важливим експлікативним текстом, що поглиблює розуміння попередніх роману «Онітша» (1991) та ранніх творів «Чорний Ораді» і «Довга подорож» (написані впродовж подорожі до батька у Африку).

Постановка завдання. Метою статті є вивчити топоси дитинства персонажа-автора «Африканця». Об'єктом дослідження є автобіографічний есей Ле Клезіо «Африканець», а предметом дослідження стали образ Африки та дитинство персонажа, коли його етнічна ідентичність увиразнюється африканським досвідом. Завданнями визначаємо окреслити функцію природи як супутнього фону для розкриття емоційності персонажа; акцентувати на подорожі задля набуття ідентифікації через прийняття чи відкидання батька; виокремити проблеми, з якими він зіштовхується у Африці, а конкретно у Нігерії; встановити роль батька та матері у формуванні ідентичності; визначити головні топоси дитинства; вказати головні проблеми на шляху до набуття гібридної ідентичності через подолання перебування міжетнічними ідентичностями, визначити етно-ідентифікаційні маркери.

Виклад основного матеріалу. У творі «Африканець» Ле Клезіо поринає у спогади свого дитинства, коли він, восьмирічний, з молодшим братом та матір'ю приїхав до батька, що працював лікарем у Нігерії.

На початку твору письменник визначає дві головні людини для формування особистості дитини: батько і матір: «Pour être humain est le résultat d'un père et une mère. On peut ne pas les reconnaître, ne pas les aimer, on peut douter d'eux. Mais ils sont là, avec leurs visages, leurs attitudes, leurs manières et leurs manies, leurs illusions, leurs espoirs, la forme de leurs mains et de leurs doigts de pied, la couleur de leurs yeux et de leurs cheveux, leur façon de parler, leurs pensées, probablement l'âge de leur mort, tout cela est passé en nous» [7]. Стосунки з ними стають основоположними формування моделей поведінки для подальшого життя дитини і далі підлітка.

Особа матері підмінюється уявною матір'ю задля пояснення набуття бажаної гібридної ідентичності власне автора: «J'ai longtemps rêvé que ma mère était noire. Je m'étais inventé une histoire, un passé, pour fuir la réalité à mon retour d'Afrique, dans ce pays, dans cette ville où je ne connaissais personne, où j'étais devenu un étranger» [7]. Н. Морган зазначає щодо особи матері наступне: «Simone Le Clézio is shown as adapting effortlessly to life in Africa. Yet she is not only absent from the title of *L'Africain*, she is erased from the author's family tree through his admission to a protracted dream of having a black mother» [5]. Надалі матір постає як близький товариш та втілення любові до сина.

Особа батька є домінуючою у цьому есеї: «Puis j'ai découvert, lorsque mon père, à l'âge de la retraite, est revenu vivre avec nous en France, que c'était lui l'Africain. Cela a été difficile à admettre. Il m'a fallu retourner en arrière, recommencer, essayer de comprendre. En souvenir de cela, j'ai écrit ce petit livre» [7]. Письменник ставить питання про ідентифікацію через прийняття чи відкидання європейських цінностей, підкреслюючи, що бути африканцем не значить мати певний колір шкіри, а приймати інші, відмінні від європейських цінності. Тема батьківства є провідною у творі, і Ле Клезіо послуговується образом батька для роз'яснення своєї позиції щодо колонізації Африки. Пояснення «африканськості» батька розгортається паралельно з процесом набуття нової етнічної ідентифікації сином.

Розглянемо, як показана проблема інтеграції «білої» дитини у «іншому» африканському середовищі. Твір поділений на ідейно-тематичні частини, перша з яких «Тіло». Пізнання іншого способу життя, іншого континенту відбувається через відкриття тілесності своєї та інших. Як приклад, знайомство з нігерійською старою жінкою, де дитина переживає шок від побаченого старіння тіла: «Le corps nu de cette femme, fait de plis, des rides, sa peau comme une outre dégonflée, ses seins allongés et flasques, pendant sur son ventre, sa peau craquelée, ternie, un peu grise, tout cela me semble étrange, et en même temps vrai. Comment aurais-je pu imaginer que cette femme était ma grand-mère ? <…> La vieillesse, sans doute plus choquante pour un enfant sur le corps d'une femme. En France, en Europe, pays des gants et

des jupons, des soutiens-gorge et des combinaisons, les femmes sont ordinairement exemptes de la maladie de age. <…> La question n'était sans doute pas: Pourquoi cette femme est-elle devenue ainsi, usée et deformée par la vieillesse ?, mais: Pourquoi m'a-t-on menti? Pourquoi m'a-t-on caché cette vérité?» [7]. Таким чином, перш за все для персонажа Африка – це тілесність. Прийняти свою тілесність та іншу відмінну тілесність стає синонімом інтеграції в інший відмінний світ. «De ce temps, pour ainsi dire consécutivement, date l'apparition des corps. Mon corps, le corps de ma mère, le corps de mon frère, le corps des jeunes garçons du voisinage avec qui je jouais, le corps des femmes africaines dans les chemins, autour de la maison, ou bien au marché, près de la rivière. Leur stature, leurs seins lourds, la peau luisante de leur dos» [7]. Через тілесність персонаж відчуває спорідненість із іншими людьми: «J'ai cette impression de la grande proximité, du nombre des corps autour de moi, quelque chose que je n'avais pas connu auparavant, quelque chose de nouveau et de familier à la fois, qui excluait la peur» [7], і це позбавляє його страху європейської відмінності. Спостерігаємо, що світ дитинства Ле Клезіо у восьмирічному віці увиразнювався батьками і представниками нігерійських племен ібо та йоруба.

На основі аналізу тексту цього есею виділяємо такі топоси дитинства:

1. Хатина, призначена для білих поселенців як от лікар: «Dans la case que nous habitions (<…> une dalle de ciment pour le sol, quatre murs de parpaing sans crépi, un toit de tole ondulée recouvert de feuilles, aucune décoration, des hamacs accrochés aux murs pour servir de lits et, seule concession au luxe, une douche reliée par des tubes de fer à un réservoir sur le toit que chauffait le soleil), dans cette case, il n'y avait pas de miroirs, pas de tableaux, rien qui put nous rappeler le monde où nous avions vécu jusque-là. Un crucifix que mon père avait accroché au mur, mais sans représentation humaine. C'est là que j'ai appris à oublier. Il me semble que c'est de l'entrée dans cette case, à Ogoja, que date l'effacement de mon visage, et des visages de tous ceux qui étaient autour de moi» [7]. Важливість цього дому полягає в осягненні простоти африканського способу життя.

2. Селище Обуду, у якому проживала родина Ле Клезіо. Хлопчика вразила фізична контактність африканців: «Je suis seul au milieu de la foule, je n'ai pas peur. Les mains me touchent, passent sur mes bras, sur mes cheveux autour du bord de mon chapeau» [7].

3. Нігерійська Огожа - головний топос радості дитинства: «Alors les jours d'Ogoja étaient devenus mon trésor, le passé lumineux que je ne pouvais pas perdre. Je me souvenais de l'éclat sur la terre rouge, le soleil qui fissurait les routes, la course pieds nus à travers la savane jusqu'aux forteresses des termitières, la montée de l'orage le soir, les nuits bruyantes, criantes, notre chatte qui faisait l'amour avec les tigrillos sur le toit de tole, la torpeur qui suivait la fièvre, à l'aube, dans le froid qui entrait sous le rideau de la moustiquaire. Toute cette chaleur, cette brûlure» [7]. Проте Огожа як форпост британської колонії – це місце самотності батька (1938 року матір поїхала народжувати у Францію і через війну не скоро повернулася): «Ogoja, où la guerre le condamne, est un poste avancé de la colonie anglaise, un gros village dans une cuvette étouffante. Comment vit-il ces longues années de guerre, seul dans cette grande maison vide, sans nouvelles de la femme qu'il aime et de ses enfants ?» [7] і місце війни «A Ogoja, tout est différent. Le pays est trouble par les guerres tribales, les vengeances, les règlements de comptes entre villages» [7].

Незважаючи на констатування факту складного характеру батька, автор захоплюється ним як професіоналом і нон-конформістом, що сприймає Африку без «колонізаторських рожевих окулярів»: «Dans l'Ouest africain, il va rester vingt-deux ans, jusqu'à la limite de ses forces. Ici, il connaitra tout, depuis l'enthousiasme du commencement, la découverte des grands fleuves, le Niger, le Benoue, jusqu'aux hautes terres du Cameroun. Il partagera l'amour et l'aventure avec sa femme, à cheval sur les sentiers de montagne. Puis la solitude et l'angoisse de la guerre, jusqu'à l'usure, jusqu'à l'amertume des derniers instants, ce sentiment d'avoir depassé la mesure d'une vie» [7].

4. Виокремлюємо сад, що відмінний від традиційного бачення саду в європейській культурі як місця відпочинку, що використовується для вирощування корисних їстівних культур. «Non pas un jardin d'agrément - existait-il dans ce pays quelque chose qui fut d'agrément ? Plutot un espace d'utilité, où mon père avait planté des fruitiers, manguiers, goyaviers, papayers, et pour servir de haie devant la varangue, des orangers et des limettiers dont les fourmis avaient cousu la plupart des feuilles pour faire leurs nids aériens, débordant d'une sorte de duvet cotonneux qui abritait leurs oeufs» [7]. Родина організовує свій побут із садівником та кухарем за європейською звичкою: «Tout cela pourrait donner l'impression d'une vie coloniale, très organisée, presque citadine – ou du moins campagnarde à la façon de l'Angleterre ou de la Normandie d'avant l'ère industrielle. Pourtant c'était la liberté totale du

corps et de l'esprit» [7]. Суттєвою відмінністю стає набуття відчуття свободи тілесної та духовної.

5. Африка у широкому розумінні як втілення тілесності у порівнянні з європейським світом (домінування інтелекту): «L'Afrique, c'était le corps plutôt que le visage. C'était la violence des sensations, la violence des appétits, la violence des saisons» [7]. Надалі сором та приховування тілесності в Європі стає для Ле Клезіо ознакою позбавлення свободи: «L'Afrique qui déjà m'otait mon visage me rendait un corps, douloureux, enfièvré, ce corps que la France m'avait caché dans la douceur anémiante du foyer de ma grand-mère, sans instinct, sans liberté» [7]. Африканський континент постає як втілення величі, могутності, сили. «Je ne peux pas dire ni même penser : admirable, immense, puissance. Mais je suis capable de le ressentir. A quel point les arbres aux troncs rectilignes s'élancent vers la voute nocturne fermée au-dessus de moi, enfermant comme dans un tunnel la brèche sanglante de la route de latérite qui va d'Ogoja vers Obudu» [7]. Автора вражає органічна єдність природи і людини, і він транслює своє захоплення їхньою щирістю і природністю на прикладі африканських матері та дитини: «à quel point dans les clairières des villages je ressens les corps nus, brillants de sueur, les silhouettes larges des femmes, les enfants accrochés à leur hanche, tout cela qui forme un ensemble cohérent, denué de mensonge» [7]. Спочатку тіло європейської дитини-персонажа «опирається» сонцю: адаптація тіла проходить через хворобу: «c'est mon corps couvert d'une éruption de petites ampoules causées par l'extrême chaleur, une inffection bénigne dont souffrent les Blancs à leur entrée dans la zone équatoriale, sous le nom comique de « bourbouille»» [7].

Африканське життя позбавляє хлопчина цивілізаційних «недоліків»: війна, злидні, нещастя, страждання і стає своєрідним визволенням та раєм. «La guerre, le confinement dans l'appartement de Nice, les rations, ou bien la fuite dans la montagne ou ma mère devait se cacher, de peur d'être raflée par la Gestapo – tout cela s'effaçait, disparaissait, devenait irrèel. <…> pour moi, il y aurait avant et après l'Afrique» [7]. Дитинство розділяється на до-африканське і власне-африканське. Означуємо вищевказані топоси як топоси дитинства-як-радості.

Персонаж-дитина відкриває могутність та жорстокість Африки («Non pas une violence secrète, hypocrite, terrorisante comme celle que connaissent tous les enfants qui naissent au milieu d'une guerre - se cacher pour sortir, épier les Allemands en capote grise en train de voler les pneus de la De Dion-Bouton de ma grand-mère, entendre dans un rêve remacher les histoires de trafic, espionnage, mots voilés, messages qui venaient de mon père par le canal de Mr Ogilvy, consul des Etats-Unis, et surtout la faim, le manque de tout, la rumeur des cousines de ma grand-mère se nourrissant d'épluchures. Cette violence-la n'était pas vraiment physique. Elle était sourde et cachée comme une maladie» [7].) Письменник показує відмінність європейської жорстокості-підлості людей та африканської жорстокості як сили природи. «Ogoja me donnait une autre violence, ouverte, réelle, qui faisait vibrer mon corps. C'était visible dans chaque détail de la vie et de la nature environnante. Des orages tels que je n'en ai jamais vu ni rêvé depuis, le ciel d'encre zèbré d'éclairs, le vent qui pliait les grands arbres autour du jardin, qui arrachait les palmes du toit, tourbillonnait dans la salle à manger en passant sous les portes et soufflait les lampes à pétrole» [7]. Підсумуємо, що Африка стає втіленням могутності та свободи: «L'Afrique était puissante. Pour l'enfant que j'étais, la violence était générale, indiscutable. Elle donnait de l'enthousiasme» [7].

Ле Клезіо порівнює зображення Африки у пригодницьких романах із реальною Африкою його дитинства, що не зазнало нашарування стереотипного чтива: «Je ne sais rien de ce qu'il décrit, cette lourdeur coloniale, les ridicules de la société blanche en exil sur la côte, toutes les mesquineries auxquelles les enfants sont particulièrement attentifs, le dedain pour les indigènes, dont ils ne connaissent que la fraction des domestiques qui doivent s'incliner devant les caprices des enfants de leurs maîtres, <…> tout cela m'a été complètement étranger» [7]. Фотографія із батьковим фордом і будиночком на фоні джунглів постає як іронічне відображення спроби колонізаторів підкорити могутність Африки: «Il y a dans cette photo unique quelque chose de froid, presque austère, qui évoque l'empire, mélange de camp militaire, de pelouse anglaise et de puissance naturelle que je n'ai retrouvé, que dans la zone du canal de Panama» [7].

Незважаючи на відсутність школи у нігерійському селищі, дитина навчається здобуваючи практичний досвід. Головним надбанням стає усвідомлення значення цінності свободи: «Une liberté de mouvement, de pensée et d'émotion que je n'ai plus jamais connue ensuite. Les souvenirs trompent, sans doute. Cette vie de liberté totale, je l'aurai sans doute rêvée plutot que vécue» [7]. Надалі з'являється страх втратити свободу через колоніальні війни та складність адаптації у європейському суспільстві: «Entre la tristesse du sud de la France pendant la guerre et la tristesse de la fin de

mon enfance dans la Nice des années cinquante, rejeté de mes camarades de classe du fait de mon étrangeté, obsèdé par l'autorité excessive de mon père, en butte à la très grande vulgarité des années lycée, des années scoutisme, puis pendant l'adolescence la menace d'avoir à partir faire la guerre pour maintenir les privilèges de la derniere société coloniale» [7].

Символом між-етнічної ідентичності між «там» (Африка, Нігерія, Огожа) і «тут» (Європа, Франція, Ніцца) стає корабель. Він – не тільки засіб подорожі між двома континентами (розуміємо між двома світами з різними цінностями): «Le bateau, c'était la case, non seulement les murs de parpaing et le toit de tole, mais tout ce qui portait la trace de l'empire britannique» [7]. Як зазначає С. Соле Кастель щодо функції подорожі: «Le but ultime des voyages des personnages et de ceux de l'écrivain lui-même est en même temps la connaissance d'autres cultures et la quête de soi ainsi que la préservation de la mémoire de ses racines» [6, с. 60].

6. Одним з топосів дитинства стає африканська саванна, місце свободи: «quand je vois des images de l'Afrique, les grands parcs du Serengeti ou du Kenya, je ressens un élan du cœur, il me semble reconnaître la plaine où nous courions chaque jour, dans la chaleur de l'après-midi, sans but, pareils à des animaux sauvages» [7].

Цікаву паралель проводить автор між руйнуванням мурашників та колонізацією Африки: «C'etait un jeu. Etait-ce un jeu ? Nous nous sentions pleins de puissance. <…> la cruauté gratuite que des petits garçons peuvent aimer exercer contre une forme de vie sans défense <…> Ou peut-être que nous rejetions de cette manière l'autorité excessive de notre père, rendant coup pour coup avec nos batons» [7], припускаючи, що цей психологічний антистрес-позбавлення себе деспотичної батьківської влади-контролю засобом руйнування мурашників не цікавив нігерійських дітей, оскільки для них все у природі є логічним і корисним для життєдіяльності людини. «Le dieu termite avait crée les fleuves au début du monde, et c'était lui qui gardait l'eau pour les habitants de la terre. Pourquoi détruire sa maison ? La gratuité de cette violence pour eux n'aurait eu aucun sens : en dehors des jeux, bouger signifiait gagner de l'argent, recevoir une friandise, chasser quelque chose de vendable ou de comestible» [7]. Автор підкреслює відмінність європейських дітей від африканських: «La bande un peu hétéroclite qui comportait des tout-petits tout nus avec un gros ventre et des presque adolescents de douze, treize ans, vêtus comme nous d'un short kaki et d'une chemise, et qui nous avaient appris à ôter chaussures et chaussettes de laine pour courir pieds nus dans les herbes» [7]. Їх вирізняє дружелюбність і поєднання корисних занять та ігор впродовж дня у саванні: «Les plus petits étaient sous la surveillance des plus grands, jamais seuls, jamais livrés à eux-mêmes. Les jeux, les discussions et les menus travaux alternaient sans emploi du temps précis : ils ramassaient le bois mort et les bouses sechées pour le feu en se promenant, ils allaient puiser l'eau pendant des heures devant les puits» [7].

Ніцца і Огожа стають двома відмінними полюсами дитинства. Ніцца маркована завмерлістю та страхом: «Peut-être que nous avons pensé, comme tous les enfants, que nous allions y mourir. La-bas, de l'autre côté de la mer, le monde s'était figé dans le silence. Une grand-mère avec ses contes, un grand-père avec sa voix chantante de Mauricien, des camarades de jeu, de classe, tout cela s'était glacé <...> La plaine d'herbes avait aboli tout cela, dans le souffle chaud de l'après-midi. La plaine d'herbes avait le pouvoir de faire battre nos cœurs» [7]. Огожа маркована свободою та радістю.

Ле Клезіо подає своє бачення альтернативного дитинства-як-радості за умови зростання з хорошим контактом із батьком у Африці: «Il aurait fallu grandir en écoutant un père raconter sa vie, chanter des chansons, accompagner ses garçons à la chasse aux lézards <…>, il aurait fallu mettre sa main dans la sienne pour qu'il montre les papillons rares, les fleurs vénéneuses, les secrets de la nature qu'il devait bien connaitre, l'écouter parler de son enfance à Maurice, marcher à côté de lui quand il allait rendre visite à ses amis, à ses collègues d'hopital, le regarder réparer la voiture ou changer un volet brisé» [7].

Висновки. Безперечно, «Африканець» є пізнавальним для відкриття особистості Ле Клезіо, персонажа-автора, та процесу його етно-ідентифікації між європейською та африканською етнічними ідентичностями. Твір показує проблеми адаптації дитини у відмінному від європейського середовищі; пошук батька задля ідентифікації себе з певними цінностями. На прикладі долі батька вводиться проблема політичних конфліктів та протистоянь як наслідок колонізації африканського континенту. Ідентичність персонажа постає як складний конструкт, що формується від дитинства під впливом європейської етнічної ідентичності як даної та африканської як надбаної; вона формується під впливом суміші культур та особистого досвіду.

На підставі проведеного аналізу тексту визначені наступні топоси дитинства: хатина для поселенців-європейців, що ламає стереотип про житло

у восьмирічного хлопчика; селище Обуду, де він пізнає спосіб життя нігерійців; сад навколо хатини, що має практичне призначення для вирощування їжі; Огожа як місце радості дитинства і Огожа як форпост колонізаторства; саванна і Африка загалом як втілення свободи у протиставленні Європі як місцю пригнічення тілесності (тілесність як етно-ідентифікаційний маркер африканського життя). Підсумовано, що концепт подорожі-ініціації характерний для творчості Ле Клезіо, так само як і подолання європоцентризму на шляху до формування мультикультурного простору. Визначено символічність корабля як місця між «там» і «тут», що є втіленням цієї ситуації між-етнічної гібридної ідентичності, коли дитина-європеєць за вихованням і народженням асимілюється у ідентичність нігерійських племен. Вважаємо, що природа африканського континенту виконує функцію розкриття емоційності дитини. Здобутий африканський досвід стає визначальним у формуванні гібридної етнічної ідентичність персонажа-автора через подолання стану між-етнічними ідентичностями.

Поза межами дослідження залишилися вивчення батька як персонажа, роль Африки для формування його особистісних орієнтирів та його вплив на новоруссоїзм письменника, що буде вивчене у наших подальших розвідках.

Список літератури:

1. Савчук Р. Географічні переміщення персонажів у просторі як світопороджувальні маркери можливих світів: семіотичний аспект (на матеріалі роману Ж.М.Г. Ле Клезіо «La Quarataine»). *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*, 2016. Вип. 145. С. 483–488.

2. Каратєєва Г. М. Текстовий концепт-константа подорож: позиція мети (на матеріалі творів Ле Клезіо). *Наукові записки національного університету «Острозька академія». Серія Філологічна*, 2014. Вип. 48. С. 192–194. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2014_48_61 (дата звернення 10.02.2025).

3. Білас А. Відтворення питально-мовленнєвого вираження ідентичності персонажа в українському перекладі роману Ж. М. Г. Ле Клезіо «Золотошукач». *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія,* 2021. № 50. Том 2. С. 78–81.

4. Кушнір І. Роман Ж.-М. Г. Ле Клезіо «Пустеля»: проблема самореалізації та пошуку своєї ідентичності. *Літературний процес: методологія, імена, тендеції. Філологічні науки,* 2014. № 3. С. 31–35.

5. Morgan N. Portrait de famille: *L'Africain* de J.M.G. Le Clézio *French Studies in Southern Africa* 2014, Issue 44. Pp. 117–131. URL: https://journals.co.za/doi/epdf/10.10520/EJC164686 (дата звернення: 18.01.2025).

6. Solé Castells C. Le Clézio et le voyage : entre la terre et l'appel de la mer. *Lublin Studies in Modern Languages and Literature* ISSN: 2450-4580 (online), 2022. Vol. 46, No 4 (2022) Pp. 57–64. URL: https://journals.indexcopernicus.com/search/article?articleId=3669 (дата звернення: 18.01.2025).

7. Le Clézio, J. M. G. L'Africain Paris: Mercure De France, collection: Traits et portraits. 114 p. URL: https://archive.org/details/lafricainj.m.g.leclezio1_201911/page/n59/mode/2up?view=theatre (дата звернення: 18.01.2025).

Kushnir I. B. TOPOI OF CHILDHOOD: "THE AFRICAN" BY J. M. G. LE CLÉZIO

The article is devoted to the study of the main topoi of J. M. G. Le Clézio's childhood, which he mentions in his autobiographical essay "The African": it has fictional and non-fictional components, and it is important for understanding the formation of Le Clezio's own identity by explaining the process of acquiring his hybrid ethnic identity. The main topoi include a hut for European settlers, which breaks the stereotype of housing for an eight-year-old boy character; the village of Obudu; a garden; Ogoja as a place of childhood-as-joy and Ogoja as an outpost of colonisation; the savannah and Africa in general as the embodiment of freedom. It is stated that "The African" (2004) has become an important expository text that deepens the understanding of the previous novel "Onitsha" (1991). The function of African nature as an accompanying background for revealing the emotionality of a child character has been underlined. The writer focuses on the journey from Europe to Africa, namely to Nigeria, to gain identification through the personality of the father. The main role of the father and mother in shaping the identity of the author's character has been indicated. The main problems on the way to acquiring a hybrid identity through overcoming the presence of inter-ethnic identities have been studied. Corporeality and freedom as the main ethno-identification markers of the African continent, different from the European values acquired in the African period of Le Clézio's life have been identified. It is summarized that the concept of journey-initiation is characteristic of Le Clézio's work, as well as overcoming Eurocentrism on the way to the formation of a multicultural space. The symbolism of the ship as the embodi-

ment of this situation of inter-ethnic hybrid identity, when a European child by upbringing and birth is assimilated into the identity of Nigerian tribes has been stated.

Key words: *topoi of childhood, inter-ethnic hybrid identity, corporeality, autobiographical essay, character, journey.*

УДК 821.531-312.9/.313.1+741.5+316.723(519)]:004.92
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/20

Оксінь Н. С.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Андріанов Д. В.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Кінджибала О. С.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

КОРЕЙСЬКІ МАНХВА ТА ВЕБТУНИ: ЦИФРОВА ЕВОЛЮЦІЯ ЛІТЕРАТУРНОГО НАРАТИВУ

Стаття присвячена дослідженню корейських манхва та вебтунів як нової форми наративу, що набула значного поширення завдяки цифровим технологіям. Мета дослідження полягає в аналізі літературних особливостей вебтунів та їхнього впливу на глобальну комунікацію. Особлива увага приділяється вивченню того, як цифрові платформи сприяють популяризації корейських графічних історій та впливають на мовні процеси.

Для досягнення поставленої мети в роботі використовуються різні методи дослідження. Зокрема, застосовано порівняльний аналіз термінології, дослідження культурного та економічного впливу манхви та вебтунів, а також аналіз демографічних характеристик споживачів цього контенту. Крім того, розглянуто державну підтримку індустрії манхви та вебтунів у Кореї та механізми монетизації контенту на основних цифрових платформах.

Результати дослідження вказують на те, що корейські вебтуни є не лише новою формою наративу, але й потужним культурним феноменом, який впливає на глобальну популяризацію корейської культури (халлю). Завдяки цифровим технологіям та зручності доступу вебтуни стають популярними серед різних вікових груп, а їхній економічний ефект сприяє розвитку відповідного сектору. Очікується, що стаття розкриє вплив корейських вебтунів на міжнародну аудиторію, а також роль державної підтримки у формуванні та розвитку цієї індустрії.

Важливість дослідження полягає в тому, що воно дозволяє краще зрозуміти культурні та лінгвістичні процеси, що відбуваються в контексті стрімкого розвитку цифрових медіа. Результати можуть бути корисними для дослідників у галузі філології, літературознавства, аналітиків цифрових медіа та фахівців із глобальної комунікації, які прагнуть дослідити роль нових форматів контенту в сучасному інформаційному просторі. Це дослідження також допоможе зрозуміти, як корейські манхва та вебтуни адаптуються до міжнародного ринку та які фактори сприяють їх популяризації за межами Республіки Корея.

Ключові слова: *корейська література, глобалізація, манхва, вебтун, Корея, наратив, халлю, комікси, фентезі, ісекай.*

Постановка проблеми. Зростаюча цифровізація медіа та розважальної індустрії сприяла появі нових форм наративу, зокрема корейських манхва та вебтунів. Ці цифрові комікси здобули світове визнання, впливаючи не лише на індустрію розваг, а й на мовну та культурну комунікацію. Попри їхню популярність, академічні дослідження манхви та вебтунів як самостійного наративного медіуму залишаються недостатніми. Усунення цієї прогалини є важливим для розуміння мовних і культурних процесів, що формують їхній розвиток і адаптацію у глобальному контексті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні дослідження цифрових історій та онлайн-медіа аналізу розглядали різні аспекти веб-коміксів, зокрема їхню структуру, доступність і вплив на сучасні читацькі звички. Дослідники, такі як І Суджі (кор. 이수지) [27], Кім Сучхоль (кор. 김수철) [23], І Хьонджі (кор. 이현지) [23], Parc J., Park H., Kim K. [15] та ін. вивчали вплив цифровізації на корейську мову. Однак, мало уваги приділялося перетину мовних особливостей, культурної ідентичності та економічних факторів, що сприяють успіху манхви та веб-

тунів. Це дослідження має на меті заповнити цю прогалину шляхом комплексного аналізу зазначених аспектів.

Постановка завдання. Метою цього дослідження є вивчення мовних та культурних особливостей корейських манхва та вебтунів, а також їхнього впливу на глобальну комунікацію. Дослідження зосереджуватиметься на тому, як цифрові платформи сприяють поширенню корейських графічних наративів та їхньому впливу на мову і культуру. Крім того, метою роботи є оцінка ролі державної політики та економічних моделей у стійкості та міжнародній експансії вебтунів як інструменту популяризації корейської мови та культури серед молоді по всьому світу.

Для досягнення цих цілей у дослідженні використовується міждисциплінарний підхід, що включає порівняльний мовний аналіз, оцінку економічного впливу та демографічний аналіз споживачів вебтунів. Результати цього дослідження сприятимуть глибшому розумінню того, як цифрові наративи еволюціонують у відповідь на технологічний розвиток та тенденції глобалізації.

Виклад основного матеріалу. Масштаб індустрії культурного контенту в Республіці Корея станом на 2019 рік налічував приблизно 100 трильйонів вон [23, с. 96], 1 трильйон доходу в даній індустрії надходить від коміксів [23]. У науковій літературі манхва описується як форма коміксів, подібна до японської манґи та китайської маньхуа. Вона включає в себе різні жанри та стилі, які унікально розвинулися в корейській культурній сфері. Спочатку манхва стосувалася друкованих видань, але тепер, завдяки технологічному прогресу, включає також і цифрові твори (вебтуни).

Вебтун (кор. 웹툰) – підвид коміксів, які створюються для зручного читання на смартфонах. Слово вебтун (англ. webtoon) ймовірніше за все з'явилось від поєднання таких англійських слів як «web» і «cartoon» [4]. Вебтуни – це художні цифрові твори з 50–60 фрагментами, які містять текст, зображення (зазвичай кольорове) та інколи мультимедіа (звук тощо). Нові глави зазвичай виходять з певною періодичністю і часто мають неочікувані закінчення; роботи можуть бути розділені на сезони. Вебтуни – це нова форма контенту, розроблена для корейського цифрового середовища [13].

У статті "The Lagged Development of the Korean Manhwa Industry from 1910 to the Present: The Formation of Negative Perceptions" автори зазначають, що: "*...у Кореї термін «манхва» не розрізняє рухомі зображення (наприклад, анімаційні фільми та мультфільми) і нерухомі (наприклад, комікси та вебтуни – корейський термін, що позначає онлайн-комікси). Межа між цими двома категоріями останнім часом розмилася через технологічний прогрес і оцифрування. Незважаючи на це, корейський уряд чітко розрізняє їх*" [15, с. 171].

Надалі нами буде ототожнено значення термінів «манхва» та «вебтун» для більш комфортного викладення та сприйняття інформації. Адже вебтун – це не жанр коміксів, а лише форма графічного наративу.

Держава розробила трифазний план підтримки цього літературного жанру та економічного сектору: перша фаза – 2002–2008 роки, друга – 2009–2013, третя – 2014–2018. У 2012 році для сприяння розвитку корейських коміксів було ухвалено Закон про популяризацію манхви (кор. 만화진흥에 관한 법률), який став ключовим політичним інструментом у цій сфері. До його прийняття питання регулювання цього сектору охоплювалися Законом про сприяння видавничій справі культурного сектору (1966–1988, кор. 출판문화산업진흥법) та Актом про реєстрацію періодичних видань (1988–2011, кор. 정기간행물의등록 등에 관한 법률) [15, с. 171].

Спочатку манхва як жанр і частина культурної індустрії не сприймалася серйозно та не користувалася особливою популярністю. Однак ситуація кардинально змінилася з приходом цифрових технологій у цю сферу. По-перше, контент став доступнішим, що дало змогу авторам охоплювати ширшу авдиторію, особливо завдяки онлайн-платформам для публікації та перегляду манхви, таким як Naver Webtoon і Daum Webtoon, які в 2000-х роках були лідерами індустрії. Крім того, ці платформи почали монетизувати контент через рекламу, платні підписки та продаж мерчу. Коли формат набув популярності та знайшов свою авдиторію за межами країни, такі сервіси, як Tappytoon, LINE Webtoon, Kakao Page, Naver Webtoon та інші, узялися за переклад творів англійською мовою, що допомогло залучити нових читачів і здобути світову популярність.

Завдяки такій популярності велика кількість манхви була адаптована в різних форматах: аніме, дорами тощо. Наприклад, манхва "Тільки я візьму новий рівень" (кор. 나 혼자만 레벨업) [26] вперше опублікована в 2018 році на платформі Kakao Page, заснована на однойменному веб-романі вперше опублікованому в 2016 році автора Чхуґонг (кор. 추공), у 2024 році отримала аніме-адаптацію від японської студії A-1 Pictures спродюсований Накашіґе Шюнске (яп. 中重 俊祐). Цей твір також

має офіційний переклад українською мовою від видавництва Mimir Media [1].

Крім того, американська компанія Netflix останнім часом знімає свої серіали базуючись на корейських манхвах. Наприклад, "Травматологічний центр" (кор. 중증외상센터, 2025 р.), "Поклик пекла" (кор. 지옥, 2021; 2024 рр.), "Милий дім" (кор. 스위트홈, 2020 р.), "Феноменальні чутки" (кор. 경이로운 소문, 2020 р.), "Острів" (кор. 아일랜드, 2022 р.), "Всі ми мертві" (кор. 지금 우리 학교는, 2022 р.) та інші.

«*Протягом 2022 року продажі вебтунів зросли на 263 мільярди вон з 1,566 трильйона вон за 2021 рік – вражаючий темп зростання на 16,8%. Примітно, що компанії-платформи зіграли ключову роль у цьому розширенні: у 2022 році продажі досягли 1,1277 трильйони вон, що на 36,8% більше порівняно з 824,1 млрд вон у 2021 році. Ця віха вперше перевищила позначку в 1 трлн вон, що сприяло зростанню в індустрії вебтунів*» [20].

Так як корейські комікси стали великою частиною халлю, корейський уряд, особливо Міністерство культури, спорту та туризму, робить все можливе для популяризації даного жанру. Уряд планує створити платформу світового масштабу для публікації та популяризації даного жанру, яка не буде поступатись Netflix. У червні 2024 року Міністерство культури, спорту і туризму оголосило про прийом заявок на участь у першому Global Webtoon Awards у співпраці з Корейським агентством креативного контенту (KOCCA) [5].

За період з 2022 по 2027 роки уряд планує збільшення обсягів експорту з 170 млн. доларів США до 250 млн. доларів США [12].

В 2023 році провідна корейська компанія Naver Webtoon Ltd. створила 3.2 мільярди доларів США економічної пульсації (economic ripple effect), що є величезним внеском в економіку Республіки Корея. Ефект економічної пульсації відображає грошовий розрахунок ефектів виробництва та доданої вартості. Глобальний вплив корейського веб-коміксу через платформу склав 2,46 трильйони вон [14].

Розвиток даної індустрії сприяє не тільки культурній глобалізації Республіці Корея, а й вирішенню внутрішніх питань безробіття. Так як дана індустрія створює нові робочі місця для редакторів, художників, сценаристів, розробників, маркетологів та інших. Лише корпорація Naver Webtoon створила більше 18 тисяч робочих місць. Світова популярність манхви приваблює іноземних інвесторів, зацікавлених у копродакшені або дистрибуції корейських творів по всьому світу [14].

Відповідно до демографічного дослідження "*WebToons Market Size, Share & Trends Analysis Report by Type, by Platform" (Mobile & Tablets, Laptop & Computers, Television), by Monetization Model, by Demographic, by Region, and Segment Forecasts, 2024–2030"* читачі від 25 до 35 років статистично є найбільшою групою, яка споживає манхва і становить 43,7% у 2023 році [21]. Ця вікова група, що характеризується технічною підкованістю та зануреністю в цифрові технології, обрала комікси як улюблену форму розваг. Зручність доступу до цікавого та візуально привабливого контенту на мобільних пристроях сприяла стрімкому зростанню популярності. Також дане дослідження вважає, що в період з 2024 по 2030 рік група читачів до 18 років буде найшвидше зростаючою, з середньорічним показником 30%. Відповідно до даних на Grand View Research ми також можемо зазначити, що, частка доходу Північної Америки в цій індустрії, станом на 2023 рік становить 25%. Дослідники зазначають, що очікують зростання ринку манхва на 27% в США в період з 2024 по 2023 роки. Зростаючий інтерес до цифрових медіа є ключовим фактором зростання ринку в США. Зміна ролі агентств, які займаються створенням мультфільмів, зосереджуючись на пошуку талантів, плануванні контенту та посередництві на платформах, сприяла розширенню ринку.

У згаданому демографічному дослідженні також підрахували, що ринок веб-мультфільмів у Європі збільшиться на значні 29% у період з 2024 по 2030 роки. Зростання в регіоні зумовлене поширенням смартфонів і збільшенням доступу до мережі Інтернет. Таке зростання можна пояснити зручністю доступу до контенту на мобільних пристроях, різноманітністю форматів розповіді та можливістю для творців охопити глобальну аудиторію. Платформи, що пропонують перекладені та локалізовані комікси, ще більше сприяли розширенню ринку [21].

У своїй книзі Фара Мендлсон «Rhetorics of Fantasy» [11] пропонує таксономію фентезі, яка «*визначається засобами, за допомогою яких фантастичне входить у світ розповіді*», водночас зазначаючи, що існують фентезі, які не відповідають жодній із моделей. Мендлсон виділяє 4 типи фентезі, а саме: 1) портальне фентезі; 2) імерсивне фентезі; 3) фентезі вторгнення; 4) лімінальне фентезі.

Портальне фентезі в Японії більш відоме під назвою "ісекай", проте не кожне портальне фентезі може бути "ісекаєм". Ісекай (яп. 異世

界) – в перекладі з японської мови означає «інший світ». Цей термін використовується для позначення історій жанру фентезі, основні події яких відбуваються за межами «реального», повсякденного світу [18]. Поняття «інший світ» може бути просторовим (інша планета, інший вимір), часовим (потрапляння головного героя в майбутнє або минуле) [16].

Таким чином, історії «ісекай» можуть містити у собі такі елементи:

- Подорож (під час неї головний герой дізнається деталі про світ в який потрапив);
- Бойові історії (під час яких розкриваються деталі силового балансу фантастичного світу, розказується про магію або її альтернативу в залежності від світу);
- Наукова фантастика (наприклад, потрапляння у світ гри або подорожі у часі за допомогою технологій).

Жанр почав розширюватись і вбирати в себе нові особливості, які стали класичними тропами для формування фентезі історії ісекай. Більшість ісекай історій про людину з Землі (з реального світу) [18]. Ці люди можуть потрапити в інший світ декількома шляхами: 1) переродитись (ісекай тенсей – яп. 異世界┌生); 2) бути переміщеними (ісекай тен'і – яп. 異世界┌移); 3) самостійно знайти шлях в інший світ (портал, магічний предмет тощо) [8].

Портальне фентезі або портально-квестове фентезі характеризується тим, що головний герой (і не тільки) переміщуються із свого звичайного, повсякденного світу в магічний світ через портал, який може бути фізичним, як наприклад, шафа із роману "Хроніки Нарнії: Лев, Чаклунка і стара шафа" авторства К.С. Льюїса, або символічним актом переходу між двома світами. Проте, портали можуть служити не тільки проходами між світами; вони сприяють в пошуках ідентичності персонажа, пропонуючи втечу від реального світу та надаючи доступ до альтернативної реальності, де вони можуть відкрити себе.

Хоч ісекай і портальні фентезі мають такі спільні риси як: подорожування в інші світи; портальне переміщення тощо. Герої портальних фентезі мають зв'язок з реальним світом і завжди мають можливість повернутись у свій світ. У ісекай історії можливість повернутися додому і продовжити будь-що, що наближається до нормального життя, є менш ймовірною, якщо не неможливою. Багато героїв ісекай реінкарнуються в цьому новому світі після їхньої смерті на Землі, зберігаючи при цьому свої минулі спогади, навички та особистості. Вони повинні почати будувати нове життя в незнайомому світі.

Портальні фентезі не лише про ескапізм від реальності, а й про початок нового мисленнєвого процесу чи квесту. Вони кидають виклик статусу-кво, штовхаючи героїв і читачів у нові ситуації та способи мислення. Подорож через портал є символічною, центральною для побудови уявних світів і ситуацій. У портальному фентезі персонажі часто мають шанс повернутися до свого первісного світу після завершення своєї пригоди. Подорож служить засобом для особистісного зростання або вирішення проблем з попереднього життя.

Sarah Savannah Watkins [19] в своїй роботі зазначає, що "*Портальне фентезі дозволяє читачеві переходити між відомим у місце фантастичного невідомого. Вони так само загублені, як і персонажі, і їм легше стати персонажем, який, як і вони, чужий цій новій світовій системі*" [19]. Портали часто являють собою метафоричну втечу від реальності, надаючи персонажам можливості для самопізнання та формування особистості. Ці історії досліджують теми приналежності, зростання та контрасту між буденністю та надзвичайним [2; 19].

Прикладами популярних портальних фентезі серед корейської манхва є "Тільки я візьму новий рівень" (кор. 나 혼자만 레벨업), "Влада читача, який знає все" (кор. 전지적 독자 시점), "Башта Бога" (кор. 신의 탑), S-класи, яких я виховав" (кор. 내가 키운 S급들), "Гравець, який повернувся через 10 тисяч років" (кор. 만 년 만에 귀환한 플레이어), "Мисливець-самогубець SSS-рангу" (кор. Sss급 자살헌터) та інші. Деякі історії в жанрі портального фентезі, як наприклад, "Тільки я візьму новий рівень", або "Влада читача, який знає все" інтегрують в собі механіки рольової гри RPG (англ. абр. role-playing game), де головний герой може покращувати свої віртуальні характеристики, як в звичайній комп'ютерній грі.

Відповідно до статті та порталі Techopedia [3] традиційні рольові відеоігри (RPG), система яких застосована в манхва, що досліджуються в даній роботі, мали п'ять основних елементів:

1. Можливість покращувати свого персонажа протягом гри, підвищуючи його статистику або рівень.
2. Бойова система на основі меню з декількома варіантами навичок, заклинань та активних сил, а також активна система інвентарю з ношеним спорядженням.
3. Центральний квест, який проходить через всю гру у вигляді сюжетної лінії та побічних квестів.

4. Можливість взаємодіяти з елементами оточення або сюжетної лінії за допомогою додаткових здібностей.

5. Існування певних класів персонажів, які визначають характеристики, навички, вміння та заклинання персонажа (наприклад, чарівник, злодій, воїн тощо).

Проте, автори жанру манхва використовують не всі характеристики рольових ігор в своїх роботах. Наприклад, у роботі "S-ранги, яких я виховав" [22] автор поєднує систему підвищення рівнів і статистики за певними критеріями та можливість взаємодіяти з іншими персонажами за допомогою спеціальних здібностей, які напряму впливають на них.

«Влада читача, який знає все» – це манхва, яка поєднує елементи портального фентезі з темами бойовика та виживання. Історія розповідає про Кім Докджа, звичайного офісного працівника, який завзято читає веб-роман під назвою «Три способи вижити в апокаліпсисі». Коли події цього роману раптово стають реальністю, Докджа опиняється в антиутопічному світі, де він єдиний знає про розвиток сюжету та результати. Розповідь обертається навколо злиття реальності зі штучно створеним світом веб-роману, який служить порталом у нове небезпечне середовище, наповнене вигаданими, подекуди страшними, героями та важкими викликами.

Висновки. У результаті проведеного дослідження встановлено, що манхва та вебтуни є не лише цифровими версіями традиційних коміксів, а й самостійними культурними явищами, що формують нові підходи до наративу та взаємодії з аудиторією. Вони активно використовують мультимедійні можливості цифрових платформ, що розширює спосіб подачі історії та робить її доступнішою для глобальної спільноти.

Дослідження показало, що вебтуни мають значний економічний потенціал, сприяючи розвитку медіа індустрії Республіки Корея та залученню міжнародних інвесторів. Крім того, вони відіграють важливу роль у просуванні корейської культури, що підтверджується їхньою адаптацією у вигляді аніме, дорам та кінофільмів. Монетизація контенту через підписки, рекламу та продаж ліцензій також є ключовим чинником їхньої стійкості та розвитку.

Майбутні дослідження можуть бути зосереджені на більш детальному аналізі впливу манхви та вебтунів на мовні процеси, їхньої ролі в міжкультурній комунікації та взаємодії з іншими формами цифрового контенту. Важливим напрямом буде також вивчення адаптації цих форматів у європейському та американському ринках, що дозволить оцінити перспективи їхнього подальшого розвитку в умовах глобалізації.

Список літератури:

1. Чхуґонг. Тільки я візьму новий рівень / ред. А. Матвієнко ; пер. з кор. А. Левчук ; Коректор К. Самченко. Київ: MIMIR MEDIA, 2021. Т. 1. 316 с.

2. Artyushenko A. Portal Fantasies: The Quest for Identity. *Arcadia*. URL: https://www.byarcadia.org/post/portal-fantasies-a-quest-for-one-s-identity (дата звернення: 16.02.2025).

3. Beal V. Role-Playing Game (RPG). *Techopedia*. URL: https://www.techopedia.com/definition/27052/role-playing-game-rpg (дата звернення: 16.02.2025).

4. Cho H. The Webtoon: A New Form for Graphic Narrative – The Comics Journal. *The Comics Journal*. URL: https://www.tcj.com/the-webtoon-a-new-form-for-graphic-narrative/ (дата звернення: 14.02.2025).

5. Israa Mohamed. First Global Webtoon Awards to honor works in 10 categories. Korea.net: The official website of the Republic of Korea. URL: https://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=254020 (дата звернення: 15.02.2025).

6. Jay Jordan, Justin G. Whitney. "The Internet in "Their" Language: South Korea and the Internationalizing Web". Computers and Composition, Volume 42, 2016, p. 95-109. https://doi.org/10.1016/j.compcom.2016.08.005.

7. Lee M. J., Kim S. Webtoons Are South Korea's Latest Viral Cultural Export. Bloomberg.com. URL: https://surl.li/mbgqkj (дата звернення: 14.02.2025).

8. Levy T. Entering Another World: A Cultural Genre Discourse of Japanese Isekai Texts and Their Origin in Online Participatory Culture. *Japan's Contemporary Media Culture between Local and Global: Content, Practice and Theory* / ред.: M. Roth, H. Yoshida, M. Picard. Heidelberg, 2021. С. 85–116. URL: https://doi.org/10.11588/crossasia.971.c12880 (дата звернення: 15.02.2025).

9. Lu C. The Darker Sides of the Isekai Genre: An Examination of the Power of Anime and Manga : магістерська робота. 2020. 37 p. URL: https://repository.usfca.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2190&context=capstone (дата звернення: 16.02.2025).

10. Manhwa – Anime News Network:W. *Anime News Network*. URL: https://www.animenewsnetwork.com/encyclopedia/lexicon.php?id=67 (дата звернення: 15.02.2025).

11. Mendlesohn F. Rhetorics of Fantasy. Middletown : Wesleyan University Press, 2014. 306 p. URL: https://muse.jhu.edu/book/21231.

12. Ministry of Culture, Sports and Tourism. Press Releases: Korea.net : The official website of the Republic of Korea. Korea.net: The official website of the Republic of Korea. URL: https://surl.li/zuqwgl (дата звернення: 14.02.2025).

13. Mirae Asset Daewoo Co., Ltd. Media Webtoons: The next frontier in global mobile content. ReadkonG.com URL: https://www.readkong.com/page/media-webtoons-the-next-frontier-in-global-mobile-content-9926012 (дата звернення: 14.02.2025).

14. Naver Webtoon's economic ripple effect reaches $3.2 bn in 2023 – 매일경제 영문뉴스 펄스 (Pulse). *Pulse*. URL: https://pulse.mk.co.kr/news/english/11108444 (дата звернення: 15.02.2025).

15. Parc J., Park H., Kim K. The The Lagged Development of the Korean Manhwa Industry From 1910 to the Present:. *Archiv orientální*. 2023. Т. 91, № 1. С. 169–196. URL: https://doi.org/10.47979/aror.j.91.1.169-196 (дата звернення: 14.02.2025).

16. Price P. Survey of the Story Elements of Isekai Manga. *The Journal of Anime and Manga Studies*. 2021. Т. 2. С. 57–91. URL: https://doi.org/10.21900/j.jams.v2.808 (дата звернення: 14.02.2025).

17. South Korea's webtoons become first movers 20 years on. *nationthailand*. URL: https://www.nationthailand.com/international/ann/40018879 (дата звернення: 16.02.2025).

18. T K. The Literary History and Significance of Isekai. EX/POST MAGAZINE. URL: https://surl.li/nmzurw (дата звернення: 15.02.2025).

19. Watkins S. S. Between W Between Worlds & A Conv orlds & A Conversation on F ersation on Fantasy, Portals, and tals, and Escape : магістерська робота. 2020. 84 с. URL: https://open.clemson.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4338&context=all_theses (дата звернення: 16.02.2025).

20. Webtoon Industry Revenue in 2022 Reaches KRW 1.829 Trillion, Setting New Record. *Ministry of Culture, Sports and Tourism*. URL: https://www.mcst.go.kr/english/policy/pressView.jsp?pSeq=354 (дата звернення: 15.02.2025).

21. Webtoons Market Size, Share & Trends Analysis Report 2030. *Market Research Reports & Consulting | Grand View Research, Inc.* URL: https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/webtoons-market-report (дата звернення: 15.02.2025).

22. Seri, 비완, 근서. 내가 키운 S급들. 네이버 웹툰. URL: https://comic.naver.com/webtoon/list?titleId=784248 (дата звернення: 15.02.2025).

23. 김수철, 이현지. 문화산업에서의 플랫폼화: 웹툰사업을 중심으로 / 김수철, 이현지 // 한국문화사회학회. 2019. 문화 사회 27(3). 95–142.

24. 최용록. 전자무역의 활성화를 위한 Metamediary의 기능과 역할. 무역학회지 (Yong-Rok Choi. The Role and Function of the Metamediary to Promote the e-Trade. Korea Trade Review), 27(4), 2002, P. 91–108.

25. 추공, 현군,장성락 (REDICE STUDIO). 나 혼자만 레벨업. 카카오페이지. URL: https://page.kakao.com/content/50866481?tab_type=product (дата звернення: 16.02.2025).

26. 홍윤표. 디지털 시대의 국어학. 국어국문학 (Hong Yun-Pyo. Korean Linguistics in the Digital Age. The Korean Language and Literature), 143, 2006. P. 9–31.

27. 이수지. 웹툰 2.0 의 서비스 현황과 발전 방향: 사용자 인터페이스 변화와멀티미디어 효과 적용을 중심으로 (The Current Service Status and the Developmental Direction of Webtoon 2.0: Focusing on the Changing of User Interface and the Applying of Multimedia Effects) / 이수지, 전봉관. // The Journal of the Korea Contents Association. №15, 2015. С. 96–108.

Oksin N. S., Andrianov D. V., Kindzhybala O. S. KOREAN MANHWA AND WEBTOONS: THE DIGITAL EVOLUTION OF LITERARY NARRATIVE

The article is dedicated to the study of Korean manhwa and webtoons as a new form of narrative that has gained significant popularity due to digital technologies. The aim of the study is to analyze the literature features of webtoons and their impact on global communication. Particular attention is given to examining how digital platforms contribute to the popularization of Korean graphic stories and influence linguistic processes.

To achieve the stated objective, various research methods are employed in the study. In particular, a comparative analysis of terminology, an examination of the cultural and economic impact of manhwa and webtoons, as well as an analysis of the demographic characteristics of the consumers of this content, are conducted. Additionally, government support for the manhwa and webtoon industry in South Korea and the mechanisms of content monetization on major digital platforms are considered.

The research findings indicate that Korean webtoons are not only a new form of narrative but also a powerful cultural phenomenon that influences the global popularization of Korean culture (Hallyu). Due to digital technologies and ease of access, webtoons have become popular among different age groups, and their

economic impact contributes to the development of the respective sector. It is expected that the article will reveal the influence of Korean webtoons on the international audience, as well as the role of government support in shaping and developing this industry.

The significance of the study lies in its ability to provide a deeper understanding of cultural and linguistic processes occurring in the context of the rapid development of digital media. The findings may be useful for researchers in the field of philology, literature studies, digital media analysts, and global communication specialists who seek to explore the role of new content formats in the modern information space. This study will also help to understand how Korean manhwa and webtoons adapt to the international market and what factors contribute to their popularization beyond the Republic of Korea.

Key words: *Korean literature, globalization, manhwa, webtoon, Korea, narrative, Hallyu, comics, fantasy, isekai.*

УДК 821.133.1-3.09:7.04
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/21

Сава К. Р.
Волинський національний університет імені Лесі Українки

ЕСТЕТИКА СМЕРТІ В ОРІЄНТАЛЬНІЙ ПРОЗІ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ ТЕОФІЛЯ ГОТЬЄ «РОМАН МУМІЇ»)

У статті здійснено дослідження мотиву смерті у французькому романі Теофіля Готьє "Le Roman de la momie", який був написаний в умовах орієнталістського контексту XIX століття. Окрему увагу приділено тому, як у цьому творі мотив смерті реалізується через образ мумії, поховальні ритуали та звичаї, що є важливими елементами культури Стародавнього Єгипту. Мотив смерті в контексті роману Т. Готьє набуває нового естетичного значення, коли смерть постає не як трагедія, а як втілення вічної краси та таємниці, що переплітається з європейським захопленням єгипетською цивілізацією.

Теофіль Готьє, як представник французького романтизму, використовує цей мотив для створення своєрідного образу Сходу, насиченого магією та екзотизмом. Мумія, як об'єкт, що символізує не тільки фізичне збереження, а й "вічне життя" культури, стає важливим елементом у розвитку сюжету та розкритті ключових тем твору. Поховальні практики, представлені у романі, не тільки відтворюють реалії культури Стародавнього Єгипту, але й служать для авторського осмислення концепцій смерті, краси та часу. Вони також виступають як метафора для вивчення західноєвропейських уявлень про Схід у добу романтизму.

У статті також розглядається соціокультурний контекст XIX століття, коли єгиптологія стала популярною у Франції, і це стало важливим фактором для розвитку орієнталістської літератури. Роман Т. Готьє демонструє те, як європейці в цей період сприймали Схід як джерело екзотики та містичної сили. Мотив муміфікації в цьому творі набуває глибокого естетичного змісту, адже смерть у вигляді мумії зображена не як кінцева стадія життя, а як перехід до іншого стану, який зберігає красу й таємницю.

Методологічна основа дослідження поєднує літературознавчий та міждисциплінарний підходи, що дозволяє розкрити специфіку взаємозв'язку між художнім текстом і ширшим культурним дискурсом. Автор доводить, що через естетизацію смерті та сакралізацію мумії французький орієнталізм формує міфологізований образ Давнього Єгипту, в якому смерть постає не як завершення життя, а як спосіб його безсмертя. Аналіз роману свідчить, що Т. Готьє не лише відтворює атмосферу екзотичного Сходу, а й використовує танатологічний мотив як засіб роздумів про долю, пам'ять та відносність часу.

Відтак, у романі "Le Roman de la momie" Теофіль Готьє використовує мотив смерті для побудови складної і багатозначної орієнталістської картини світу, яка відображає захоплення Європи Сходом у XIX столітті. Це дозволяє глибше зрозуміти роль образу мумії в романі та його значення для розвитку орієнталістської естетики того часу.

Ключові слова: *естетика смерті, орієнталізм, сакральність, романтизм, французька література.*

Постановка проблеми. Тема смерті займає одне з центральних місць у світовій культурі, філософії та літературі, відображаючи ставлення суспільства до загробного життя, ритуалів і пам'яті. У літературі смерть виступає не лише як фізіологічний кінець існування, а й як складний естетичний, символічний і культурний феномен. Особливо виразно цей мотив проявляється в орієнталістській літературі XIX століття, де смерть романтизується і стає частиною міфу про екзотичний Схід.

Французький орієнталізм XIX століття формувався під впливом колоніальних експедицій, археологічних відкриттів та інтелектуальних дискусій про Схід як простір таємниць і містики. Літературні твори цієї доби відзначаються поєднанням історичного реалізму, фантазії та естетизації східної культури. Одним із найяскравіших прикладів такого підходу є роман Теофіля Готьє "*Le Roman de la momie"*, де мотив смерті відіграє ключову роль.

У цьому творі смерть постає не тільки як природний фінал людського існування, а як складний ритуальний акт, який зберігає красу і гармонію навіть після фізичного згасання. Муміфікація,

розгортання мумій, поховальні практики – усі ці аспекти набувають не лише археологічного, а й філософсько-естетичного значення. Особливий інтерес становить те, як Т. Готьє використовує мотив мумії для поєднання матеріального (тіло, ритуал) та ідеального (краса, вічність, сакральність), що відображає романтичне захоплення Сходом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зацікавлення феноменом смерті завжди виказували філософи-радикали усіх часів і народів, подарувавши нам цілий сонм «спочилих ідолів». Так, слідом за «смертю Бога» (Ф. Ніцше) настала «смерть Культури» (О. Шпенглер), «смерть Людини» (М. Фуко) і «смерть Автора» (Р. Барт), а коли європейська гуманітарна думка XX століття визначалась «у веселому ствердженні смерті» (Ж. Батай), то смерть була індикатором «живого» існування, оскільки «темрява життя розсіюється при світлі смерті» (М. Фуко) [2]. Танатологічний мотив (або мотив смерті) у художній літературі є частим об'єктом дослідження науковців. Смерть та її інтерпретанти знаходили різне відображення в мистецтві з самого початку його існування [1, с. 32; 3, с. 23; 4, с. 265; 5, с. 1]. Однією з невирішених частин загальної проблеми є використання мотиву смерті та муміфікації в романі Т. Готьє як літературного і культурного коду, що відображає французьке бачення Сходу.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз функціонування танатологічного мотиву в романі Т. Готьє "*Le Roman de la momie"* в контексті орієнталістської літератури XIX століття, зокрема через призму зображення муміфікації, поховальних практик та ритуалів, що стають основою для створення естетичного і культурного образу Сходу.

Виклад основного матеріалу. У французькій орієнтальній літературі XIX століття, зокрема в романі Т. Готьє *«Роман мумії»*, смерть постає не лише як фізичне явище, а як естетичний та символічний феномен. Завдяки своєму вишуканому стилю та увазі до деталей, Т. Готьє створює унікальне зображення смерті, яке поєднує історичний реалізм із романтичним міфом про Схід.

Естетичний вимір смерті Т. Готьє пов'язаний з поширенням у Франції XIX століття практики розтинів муміфікованих тіл. У широкому діапазоні дисциплін – від медицини та філософії до мистецтва та літератури – прагнення пізнати людське тіло часто збігалося, буквально чи метафорично, з бажанням відкрити його й побачити його внутрішню будову.

У XVI–XVII століттях прихована внутрішня частина людського тіла поступово ставала доступною завдяки дозволу на проведення публічних розтинів. Вони виконувалися у величезних амфітеатрах, спеціально збудованих для цієї мети, і швидко перетворилися на модну суспільну подію, яку відвідували як медичні фахівці, так і широка публіка. Підґрунтя таких актів розкриття – ідея, що пізнання тіла досягається через доступ до його внутрішнього світу та відкриття його для зору – поширювалося протягом наступних століть і набуло своєрідного вираження у Франції XIX століття.

Після єгипетської експедиції Наполеона (1798-1801) та на піку «орієнталізму» інший вид розкриття тіла, також здійснюваний як публічне видовище, глибоко захопив паризькі культурні кола та уяву: розгортання мумій. Мумії, переважно імпортовані з Єгипту, розгортали на Всесвітніх виставках і демонстрували в музеях Лондона та Парижа [6, с. 308].

Французький орієнталізм XIX століття був тісно пов'язаний із захопленням екзотикою, містикою та давніми цивілізаціями. Літературна традиція того часу зображувала Схід як простір, де життя і смерть, краса і розпад існують у гармонійному синтезі. У цьому контексті *«Роман мумії»* представляє Єгипет не тільки як місце археологічних відкриттів, а й як культурний ландшафт, де смерть має сакральний і естетичний статус.

У центрі роману стоїть муміфікована принцеса Тахосер, чий похоронний обряд відтворено з великою точністю та поетичною витонченістю:

Jamais l'antique Égypte n'avait emmailloté avec plus de soin un de ses enfants pour le sommeil éternel. Quoique aucune forme ne fût indiquée dans cet Hermès funèbre, terminé en gaine, d'où se détachaient seules les épaules et la tête, on devinait vaguement un corps jeune et gracieux sous cette enveloppe épaissie (7, с. 59).

Цей уривок із «*Роману мумії*» Т. Ґотьє яскраво ілюструє естетику орієнталізму XIX століття та романтичне захоплення Давнім Єгиптом.

Jamais l'antique Égypte n'avait emmailloté avec plus de soin un de ses enfants pour le sommeil éternel (7, с. 59).

Прислівник *jamais* на початку речення надає вислову урочистості та гіперболізованої значущості, підкреслюючи бездоганність ритуалу. Метафора *"le sommeil éternel"*, що замінює слово "*mort"* (смерть), створює сакральний образ загробного існування, типовий для західного уявлення про Єгипет як про царство таємниць та вічності.

Quoique aucune forme ne fût indiquée dans cet Hermès funèbre, terminé en gaine, d'où se détachaient seules les épaules et la tête, on devinait vaguement un corps jeune et gracieux sous cette enveloppe épaissie (7, с. 59).

Вираз *Hermès funèbre* посилається на єгипетського бога Тота, якого античні автори ототожнювали з Гермесом Трисмегістом. Це свідчить про вплив елліно-єгипетського синкретизму на уявлення про смерть і поховальні ритуали.

Важливе значення має слово *gaine*, що одночасно означає й оболонку, і обмеження. Це підкреслює суперечливу природу мумії: з одного боку, її тіло нерухоме, «заморожене» в смерті, а з іншого – збережене в своїй юній красі.

Особливу увагу привертає опис мумії: хоча її форми нечіткі, *«on devinait vaguement un corps jeune et gracieux"* – «можна було невиразно здогадатися про молоде й граційне тіло». Тут з'являється типово орієнталістський мотив: таємнича жіноча постать, закутана у покривало, що приховує, але водночас пробуджує уяву. Прислівник *vaguement* (невиразно) посилює відчуття загадковості та недосяжності, які західні письменники часто приписували образу Сходу.

Цей уривок поєднує два ключові аспекти літературного орієнталізму: наукову допитливість, що проявляється у деталізованому описі поховальних практик; поетичне ідеалізування, коли мумія постає не лише як артефакт, а як символ краси, вічності та загадкової жіночності. Таким чином, Т. Ґотьє не просто відтворює атмосферу Давнього Єгипту, а й підсилює романтичний образ Сходу як простору, де смерть і краса нерозривно переплітаються.

Проаналізуємо ще один уривок, де східні образи піддаються естетизації й романтизації:

Le masque doré, avec ses longs yeux cernés de noir et avivés d'émail, son nez aux ailes délicatement coupées, ses pommettes arrondies, ses lèvres épanouies et souriant de cet indescriptible sourire du sphinx, son menton, d'une courbe un peu courte, mais d'une finesse extrême de contour, offraient le plus pur type de l'idéal égyptien, et accusaient, par mille petits détails caractéristiques, que l'art n'invente pas, la physionomie individuelle d'un portrait (7, с. 60).

Для Т. Готьє муміфікація є актом трансформації смерті у вічність, що відображає його захоплення принципом *l'art pour l'art*.

Le masque doré, avec ses longs yeux cernés de noir et avivés d'émail, son nez aux ailes délicatement coupées, ses pommettes arrondies, ses lèvres épanouies et souriant de cet indescriptible sourire du sphinx... (7, с. 60).

Опис починається з *маски*, що уособлює не лише фізичні риси Тахосер, а й мистецьку концепцію єгипетського ідеалу краси. Колір золота символізує божественність та вічність, адже в єгипетській традиції золото асоціювалося з плоттю богів. Окреслення очей чорною лінією (*"cernés de noir"*) та використання емалі (*"avivés d'émail"*) наголошують на технічній довершеності маски.

Посмішка Тахосер порівнюється із *sourire du sphinx* – загадковим виразом, який традиційно асоціюється з непізнаваною мудрістю й таємницею Сходу. Вона є не просто елементом портрета, а символом трансцендентності: водночас живим і застиглим, загадковим і вічним.

Важливим є також контраст між ідеалом та індивідуальністю. Так, Тахосер є поєднання загальноприйнятого ідеалу єгипетської краси та індивідуальності рис, притаманних окремій людині:

...offraient le plus pur type de l'idéal égyptien, et accusaient, par mille petits détails caractéristiques, que l'art n'invente pas, la physionomie individuelle d'un portrait (7, с. 60).

З одного боку, описані риси відповідають загальному естетичному канону Давнього Єгипту (*"le plus pur type de l'idéal égyptien"*), з іншого – автор підкреслює унікальність зовнішності Тахосер, яка передана через дрібні деталі, що мистецтво не може вигадати (*"que l'art n'invente pas"*). Таким чином, муміфікація виступає не як акт механічного збереження тіла, а як спосіб зафіксувати індивідуальність, увічнити її в матеріалі.

Мумія Тахосер – це своєрідний міст між світом мертвих і живих, між минулим і теперішнім. Як літературний образ, вона поєднує матеріальність (фізичне збереження тіла) і духовність (легенду, що оточує її життя і смерть), що відповідає романтичному баченню екзотичного та містичного:

Ceci dérange, dit le docteur à lord Evandale, toutes mes notions et toutes mes théories, et renverse les systèmes les mieux assis sur les rites funèbres égyptiens, si exactement suivis pourtant pendant des milliers d'années ! Nous touchons sans doute à quelque point obscur, à quelque mystère perdu de l'histoire. Une femme est montée sur le trône des Pharaons et a gouverné l'Égypte. Elle s'appelait Tahoser, s'il faut en croire des cartouches gravés sur des martelages d'inscriptions plus anciennes ; elle a usurpé la tombe comme le trône, ou peut-être quelque ambitieuse, dont l'histoire n'a pas gardé souvenir, a renouvelé sa tentative (7, с. 57).

Т. Готьє детально зображує поховальні практики Стародавнього Єгипту, надаючи їм не лише історичну достовірність, але й естетичну значущість. Муміфікація постає як вияв глибокої поваги до померлої, прагнення увічнити її красу та зберегти гармонію між тілом і душею навіть після смерті:

À l'ouverture du cartonnage, une vague et délicieuse odeur d'aromates, de liqueur de cèdre, de poudre de santal, de myrrhe et de cinnamome, se répandit par la cabine de la cange : car le corps n'avait pas été englué et durci dans ce bitume noir qui pétrifie les cadavres vulgaires, et tout l'art des embaumeurs, anciens habitants des Memnonia, semblait s'être épuisé à conserver cette dépouille précieuse (7, с. 64).

Так, у наведеному вище уривку підкреслюється особливе ставлення до Тахосер. Її тіло не піддалося звичайному бальзамуванню з використанням чорного бітуму, який робив мумій схожими на кам'яні скульптури. Натомість майстри застосували найвишуканіші ароматичні речовини: ладан, сандал, корицю та кедрову смолу.

Ще одним свідченням бережного ставлення до Тахосер є дзеркало, покладене під голову мумії. Воно символізує бажання дати її душі можливість милуватися власною красою навіть у потойбічному світі:

Sous la tête de la momie était placé un riche miroir de métal poli, comme si l'on eût voulu fournir à l'âme de la morte le moyen de contempler le spectre de sa beauté pendant la longue nuit du sépulcre (7, с. 65).

Естетизація поховального обряду також перегукується з ідеєю романтизованої смерті, характерної для європейської літератури XIX століття: смерть у «Романі мумії» не є жахливою чи руйнівною, а навпаки, вона впорядкована, гармонійна й прекрасна. Ритуали, детально описані автором, демонструють сакральний підхід до збереження не лише тіла, але й пам'яті про людину.

Важливим елементом роману є зустріч європейців XIX століття (археологів) із муміфікованим тілом принцеси. Цей момент підкреслює контраст між європейським прагматичним ставленням до смерті (де смерть означає кінець) і єгипетською традицією, що сприймає її як частину циклічного існування. Археологи, розкриваючи гробницю, символічно пробуджують минуле, але водночас демонструють неспроможність повністю зрозуміти його сенс:

Quelle touchante coutume, dit le docteur Rumphius, enthousiasmé à la vue de ces trésors, d'ensevelir avec une jeune femme tout son coquet arsenal de toilette ! car c'est une jeune femme, à coup sûr, qu'enveloppent ces bandes de toile jaunies par le temps et les essences : à côté des Égyptiens, nous sommes vraiment des barbares ; emportés par une vie brutale, nous n'avons plus le sens délicat de la mort. Que de tendresse, que de regrets, que d'amour révèlent ces soins minutieux, ces précautions infinies, ces soins inutiles que personne ne devait jamais voir, ces caresses à une dépouille insensible, cette lutte pour arracher à la destruction une forme adorée, et la rendre intacte à l'âme au jour de la réunion suprême! (7, с. 69).

Розглянемо цей уривок детальніше, щоб простежити контраст між цивілізаціями. Доктор Румфіус, європейський археолог, захоплюється єгипетською поховальною традицією і сам визнає, що його власна цивілізація є варварською порівняно з давнім Єгиптом:

À côté des Égyptiens, nous sommes vraiment des barbares ; emportés par une vie brutale, nous n'avons plus le sens délicat de la mort (7, с. 69).

У цьому висловлюванні простежується критика європейського раціоналізму та прагматизму XIX століття, які трактують смерть як остаточний кінець існування, а не як частину сакрального циклу. Він наголошує, що сучасне європейське суспільство втратило *"le sens délicat de la mort"* – витончене сприйняття смерті, її містичну й естетичну складову. Натомість, єгипетська традиція перетворює поховання на акт любові та поваги:

Que de tendresse, que de regrets, que d'amour révèlent ces soins minutieux, ces précautions infinies, ces soins inutiles que personne ne devait jamais voir... (7, с. 69).

Так, Т. Ґотьє використовує градацію (*"que de tendresse, que de regrets, que d'amour"*) та анафору (*"ces soins minutieux, ces précautions infinies, ces soins inutiles"*) для наголосу на тому, що муміфікація – це не просто обряд, а вираження глибоких почуттів: ніжності, жалю, любові.

Цікаво, що він називає ці зусилля *"inutiles"* – непотрібними, адже вони призначені для очей, які ніколи не мали побачити мумію. Цей парадокс підкреслює, що у давньоєгипетському світогляді важливе не матеріальне збереження тіла, а духовний зв'язок з померлим.

Муміфікація це свого роду боротьба проти часу та забуття:

...ces caresses à une dépouille insensible, cette lutte pour arracher à la destruction une forme adorée, et la rendre intacte à l'âme au jour de la réunion suprême ! (7, с. 69).

Фраза *“cette lutte pour arracher à la destruction une forme adorée »* підкреслює драматичний аспект муміфікації: це боротьба зі смертю, спроба зберегти не лише тіло, а й пам’ять про людину. Тут відчутний мотив заперечення тлінності, що перегукується з ідеалами *l’art pour l’art* – ідеєю мистецтва як засобу перемоги над часом.

Остання частина фрази *«et la rendre intacte à l’âme au jour de la réunion suprême»* відображає єгипетське уявлення про загробне життя, де муміфіковане тіло має зберегтися до моменту відродження. Це повністю суперечить європейському уявленню XIX століття про смерть як про остаточний розрив.

Цей уривок є глибокою рефлексією на тему смерті та культурного сприйняття минулого: контраст цивілізацій (єгипетська культура сприймає смерть як продовження життя, тоді як європейська культура трактує її як остаточний кінець); смерть як акт любові (муміфікація – це не просто ритуал, а жест ніжності, пам’яті та відданості); боротьба з часом (давні єгиптяни намагалися зберегти тіло, щоб гарантувати відродження душі, що суперечить матеріалістичному підходу європейців XIX століття). Таким чином, через голос доктора Румфіуса Т. Ґотьє не лише віддає шану давньоєгипетському мистецтву та культурі, а й проводить критику сучасної йому Європи, яка втратила здатність бачити смерть як частину сакрального порядку.

Висновки. Роман Т. Готьє «Роман мумії» є зразком естетизації смерті в орієнтальній прозі XIX століття. Через детальний опис похоронних ритуалів та романтизацію муміфікації автор створює витончене бачення смерті як вічної краси. Його твір відображає не лише європейське захоплення Сходом, але й прагнення трансформувати смерть у мистецьку категорію, що виходить за межі історичного реалізму. Відтак, Т. Готьє не лише вписується в контекст французького орієнталізму, а й формує один із найчуттєвіших наративів про смерть у романтичній літературі XIX століття.

Список літератури:

1. Бондарєва Т. П. Танатологія і термінальні стани в сучасній художній та мережевій літературі: міждисциплінарний дискурс. *На перетині наук. The intersection of sciences. Journal of Perioperative Medicine.* 2022. № 2.

2. Література і смерть. URL: https://litgazeta.com.ua/articles/literatura-i-smert/ (дата звернення: 03.02.2025).

3. Assmann J. *Death and Salvation in Ancient Egypt*. Ithaca: Cornell University Press, 2005.

4. Crichfield G. *Gautier and the orient*. Nineteenth-Century French Studies. Vol. 20, No. 1/2, P. 264–271.

5. Dahab F. Elizabeth. *Théophile Gautier and the Orient. CLCWeb: Comparative Literature and Culture* 1.4. https://doi.org/10.7771/1481-4374.1054 (дата звернення: 03.02.2025).

6. Lyu C. *Unswathing the Mummy: Body, Knowledge, and Writing in Gautier’s “Le Roman de la momie”*. Nineteenth-Century French Studies. Vol. 33, No. 3/4, P. 308–319.

7. Gautier, T. Le roman de la momie. BeQ, La Bibliothèque électronique du Québec, & Hachette, *Collection À Tous Les Vents*. 1858. p. 353.

Sava K. R. THE AESTHETICS OF DEATH IN ORIENTAL PROSE (BASED ON THE NOVEL ‘THE NOVEL OF THE MUMMY’ BY THÉOPHILE GAUTIER)

The article examines the motif of death in the French novel ‘The Novel of The Mummy’ by Théophile Gautier, which was written in the context of nineteenth-century Orientalism. Particular focus is made on how the motif of death is realized in this work through the image of the mummy, funeral rituals and customs, which are important elements of the culture of Ancient Egypt. In the context of T. Gautier’s novel, the motif of death takes on a new aesthetic meaning. Death appears not as a tragedy but as an embodiment of eternal beauty and mystery, which is intertwined with the European fascination with Egyptian civilization.

Théophile Gautier, as a representative of French Romanticism, uses this motif to create a unique image of the East, full of magic and exoticism. The mummy, as an object that symbolizes not only physical preservation, but also the ‘eternal life’ of culture, becomes an important element in the development of the plot and the disclosure of the key themes of the work. The funerary practices presented in the novel not only reflect the realities of ancient Egyptian culture, but serve as the author’s comprehension of the concepts of death, beauty, and time. They also function as a metaphor for studying Western European ideas about the East in the Romantic era.

The article also deals with the sociocultural context of the nineteenth century, when Egyptology became popular in France, and this became an important factor in the development of Orientalist literature. The novel by T. Gautier demonstrates how Europeans in this period perceived the East as a source of exoticism

and mystical power. The motif of mummification in this work acquires a deep aesthetic meaning. Thus, death in the form of a mummy is depicted not as the final stage of life, but as a transition to another state that preserves beauty and mystery.

The methodological basis of the study combines literary studies and interdisciplinary approaches, which allows for uncovering the specifics of the relationship between the literary text and the broader cultural discourse. The author proves that through the aestheticization of death and the sacralization of the mummy, French Orientalism forms a mythologized image of Ancient Egypt. Death appears not as the end of life but as the way of its immortality. An analysis of the novel shows that Gautier not only recreates the atmosphere of the exotic East, but also uses the thanatological motif as a means of reflecting on fate, memory, and the relativity of time.

Therefore, in The Novel of The Mummy, Théophile Gautier uses the motif of death to build a complex and multifaceted Orientalist worldview that reflects Europe's fascination with the East in the nineteenth century. This allows us to better understand the role of the mummy image in the novel and its significance for the development of Orientalist aesthetics at the time.

Key words: *aesthetics of death, orientalism, sacredness, romanticism, French literature.*

UDC 811.133.1’367’342.8
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/22

Stanislav O. V.
Université Nationale de Volhynie Lessia Oukraïnka

SPÉCIFITÉ DE LA LITTÉRATURE FRANÇAISE POUR LES ENFANTS

The article examines the specificity, functioning, and historical development of French children’s literature as an important part of world culture, created for children by writers of various nationalities and in different languages.

The study establishes that the main methodological approaches to the study of children’s literature are: the historical approach (which involves analysing literature in close connection with historical events and social facts in the respective country); the comparative approach (which examines children’s literary texts synchronously, comparing their themes, issues, genres, narrative styles, characters, etc., with other similar texts); the cultural approach (which analyses children’s literature in the context of cultural events, trends, and movements).

It has been established that the most characteristic features of children’s literature are: a) the presence of a concrete and vivid character portrayal in the work; b) lyricism of the narrative (storytelling); c) dynamic plot development; d) richness, accuracy, and emotionality of language; e) drawings and illustrations.

The formation and development of children’s literature, in many aspects, reflect the evolution of world literature from ancient times to the present day. Children’s literature in any country begins with oral folklore and folk tales, which then transition into the genre of literary fairy tales and other forms, such as science fiction, adventure stories, and autobiographical narratives and novellas.

A children’s book is characterized by didactic and pedagogical aims. Therefore, the traditional functions of children’s literature are defined as educational and formative. The author of the article also substantiates other equally important functions: the communicative function (it provides examples of communicative behaviour, expands readers’ vocabulary, and gives them experience in speaking); the aesthetic function (it helps form initial ideas, concepts, and a sense of beauty, distinguishes artistic genres and movements, and nurtures an appreciation for the beauty of poetic or prose works); the rhetorical function (the child becomes a co-author of the writer, develops creative abilities, and gains new knowledge).

Regarding themes, it has been observed that modern children’s literature has no limitations: its works address moral-ethical, psychological, historical-cultural, social, and everyday topics.

Key words: *French children’s literature, methodological approaches to the study of children’s literature, historical development of French children’s literature, specific features of children’s literature, functions of children’s literature, themes in French children’s literature.*

Introduction. La littérature pour les enfants est une couche importante de la littérature mondiale écrite par des écrivains de différentes nationalités en différentes langues et destinée aux enfants. La littérature française pour les enfants compose une des partie de cette grande cercle d’œuvres de la littérature mondiale.

En parlant de la littérature pour les enfants dans le français on peut observer l’emploie de deux termes: « la littérature pour les enfants » et « la littérature enfantine ». Ces termes sont presque synonymes, cependant ils ont des divergences dans leur interprétation ce qui provoque les contradictions. La notion *la littérature pour les enfants* signifie la littérature destinée (ou adaptée) aux enfants; la notion *la littérature enfantine* a parfois le sens un peu péjoratif, 1) marque la littérature facile à lire et comprendre ou 2) touche également les premiers essais (oraux ou écrits) créés par des jeunes débutants (poésie, prose, etc.). Donc, la littérature pour les enfants n’est pas seulement un ensemble d’œuvres littéraires écrites ou adaptées pour les enfants dans un but spécifique: faire appel à l’imagination, aux émotions et aux sentiments des enfants ; influencer leurs capacités cognitives ; développer leurs goûts et leurs préférences, divertir l’enfant. Dans tous cas, les œuvres proposées pour les jeunes lecteurs exigent des interprétations professionnelles, des critiques profondes et des analyses adéquants.

Les premières tentatives de comprendre les textes pour les enfants, d’établir leurs buts et tâches, déterminer la spécifité et les devoirs ont été faites à l’époque de l’apparition de premières textes pour les enfants.

Mais, si au XVIII s. ce n'étaient que les pensées, les réflexions particulières, aux époques suivantes la critique professionnelle des publications pour les enfants devient régulier et systématique. Les cherchers essayaient de formuler les principes fondamentaux de la théorie de la littérature pour les enfants, définir ses partcularités, devoirs et caractéristiques essentielles.

XX s. c'est la période marquée par une grande activité des traducteurs. On traduit en français plusiers œuvres pour les enfants des auteurs étrangers. Outre cela, à cette époque apparaissent plusieurs Centres des recherches scientifiques qui font les recherches fondamentaux dans le domaine de la littéraure pour les enfants.

A la base de ces recherches on a élaboré les principales approches méthodologiques d'études de la littérature pour les enfants. Parmi elles on distingue : *approche historique* qui prévoit l'analyse de la littérature en liaison étroite avec des événements historiques, faits sociaux du pays ; *approche comparative* qui considère les textes littéraires pour les enfants dans le plan synchronique en comparant leurs thèmes, problèmatiques, genres, styles de narration, les personnages etc. avec d'autres textes pareils écrits par les auteurs étrangers ; *approche culturelle* qui examine la littérature pour les enfants dans le contexte des événements, tendances et courants culturels [2, c. 126].

A vrai dire, les approches et les méthodes d'études de la littérature pour les enfants sont nombreuses. Seulement les recherches à la manière profonde et entière peuvent composer le tableau objectif du développement de la littérature française pour les enfants, définir les régularités de son évolution, formuler ses particularités et construire une théorie scientifique de cette branche de la connaissance comme une science autonome.

But de recherche. Dans cet article on a pour objectif d'interpréter les particularités des œuvres d'art qui font partie de lecture des enfants; d'analyser les fonctions de cette littérature; d'étudier l'histoire de la littérature française destinée aux enfants. Il est à noter que l'étude de la littérature pour enfants est étroitement liée aux méthodes de lecture, ainsi qu'à la pédagogie et à la psychologie, à l'histoire et à la philosophie, aux études des spécifités de la culture nationale.

Résultats de recherche. La littérature pour les enfants, en tant que partie intégrante de la littérature, a *sa spécificité*: elle correspond au niveau des connaissances, d'expérience de vie, de développement psychologique de l'enfant, se concentre sur un cercle thématique particulier, les caractéristiques de genre et la conception polygraphique [1, c. 352–356].

Ses particularités sont déterminées par l'âge des lecteurs, chaque œuvre étant conçue pour une catégorie spécifique de destinataires, elle s'adresse aux enfants de certains groupes d'âge: enfants d'âge préscolaire (3 à 7 ans), enfants d'âge d'école primaire (7 à 11 ans), enfants d'âge d'école secondaires (11–15 ans) et les groupes d'enfants plus âgés (15–18 ans).

Les traits les plus caractéristiques de la littérature pour les enfants sont : la présence dans l'œuvre d'une image artistique concrète et vitale; le lyrisme de l'histoire (de la narration); le développement dynamique du sujet; la richesse, la précision et l'émotivité de la langue; les dessins et les illustrations [4].

Ces caractéristiques sont également les caractéristiques de la littérature adressée au lecteur adulte, mais elles sont particulièrement importantes pour les œuvres pour les enfants, car sans elles, ces œuvres ne peuvent pas réussir chez les jeunes lecteurs .

Comme nous avons noté les livres pour les enfants ont toujours été complétés par des dessins et des illustrations. La première illustration du livre pour les enfants était une gravure de Grammaire du slave (1569) de Laurent Zizanius. Plus tard, une gravure est apparue dans l'alphabet de 1637. Les dessins colorés étaient accompagnés de lettres de l'alphabet destinées à enseigner l'écriture aux enfants.

En 1938, l'Association des services de bibliothèque pour les enfants a lancé le prix annuel – la médaille Caldecotte attribuée à l'artiste qui a créé le meilleur livre illustré pour les enfants. Les livres modernes pour les enfants sont illustrés par des artistes talentueux, ce qui facilite la lecture des jeunes, réduit la distance entre l'enfant et le sujet du livre, contribue à la promotion active des livres et de la lecture.

L'un des problèmes de l'école moderne est l'éviction des livres de la vie des écoliers (et des étudiants) par médias, ordinateur et d'autres gadjets informatiques. Le « modèle de lecture » chez la jeune génération d'aujourd'hui est en train de changer. Les futurs enseignants sont confrontés à une tâche importante: intéresser et encourager les enfants à lire, familiariser les avec les meilleurs exemples de littérature pour les enfants, faire apprendre non seulement à apprécier le plaisir de la lecture sur le plan cognitif et esthétique, mais également à analyser et à évaluer la lecture.

Le livre élargit non seulement la vision du monde, les perspectives de l'enfant, l'informe de nouveaux événements et phénomènes intéressants, mais aide également à former un savoir, les compétences littéraires, esthétiques, éthiques, une capacité à assimiler des valeurs artistiques, prépare aux rencontres avec l'art des mots, organise l'auto-instruction et l'auto-éducation de l'enfant.

Donc, on considère comme les fonctions traditionnelles de la littérature pour les enfants la *fonction d'instruction et la fonction d'éducation*. Le but essentiel du livre pour les enfants est cultiver les meilleures qualités morales de l'enfant, promouvoir à la formation d'une personnalité intégrée et développée harmoniquement. Il se caractérise par le didactisme et la formation pédagogique qui le distinguent des autres livres, des autres textes [4].

Une autre fonction importante de la littérature pour les enfants est *la fonction de communication*. Cette fonction attire l'enfant vers le livre, l'aide à mieux se comprendre, l'apprend à exprimer ses pensées et ses sentiments. Les textes offrent des exemples de la conduite communicative, élargissent le vocabulaire des lecteurs, forment l'expérience de la parole [3].

La fonction esthétique de la littérature n'est pas moins importante car, à travers la lecture, on forme les premières idées, conceptions, les sentiments du beau, on fait distinguer des genres et des directions artistiques, on cultive le sens de la beauté d'une œuvre poétique ou en prose.

Les spécialistes soulignent également *la fonction rhétorique* de cette littérature. En lisant, l'enfant devient co-auteur de l'écrivain. Il existe de nombreux exemples où les expériences de lecture dans l'enfance ont été le moteur de sa propre créativité.

Ces fonctions sont renforcées par une *fonction hédoniste* (plaisir esthétique). La littérature pour les enfants leur permet non seulement d'apprendre quelque chose de nouveau, mais aussi de développer leur pensée créative, de stimuler et de développer leur potentiel créatif.

La formation et le développement de la littérature pour les enfants sous de nombreux aspects reflètent l'évolution de la littérature mondiale de l'Antiquité à nos jours. Chaque littérature nationale, à sa manière, influence sur le développement de la littérature pour les enfants, mais la littérature pour les enfants de n'importe quel pays commence par l'art populaire oral, par conte folklorique, par exemple.

La justification théorique de la nécessité de créer une littérature spéciale pour les enfants a été faite pour la première fois par l'éducateur-humaniste tchèque Jan-Amos Komensky (l'ouvrage « Grande didactique », 1633–1638). Son livre « Le monde en images » (1658) est considéré comme le premier livre pour les enfants.

Selon d'autres chercheurs européens, le premier livre pour les enfants était le roman éducatif « Le miroir d'un jeune garçon » de Jorg Vikram. La première œuvre d'art sur un enfant était « Lazarillo de la côte de Tormes » (1554) d'un écrivain espagnol inconnu.

En Europe occidentale la littérature écrite pour les enfants est née au milieu du XVIIe siècle. Pendant cette période, on a fait aussi les premières tentatives pour l'étudier, pour identifier ses caractéristiques et ses tâches éducatives.

Cependant, il faut noter que beaucoup d'œuvres d'art qui composent le fonds d'or de la littérature pour les enfants avaient été écrites plus tôt. Ni dans la littérature ancienne ni dans la littérature médiévale on ne mettait pas en évidence des œuvres spécialement destinées à la lecture par les enfants. Néanmoins, les traités philosophiques de cette période-là posaient la question de la signification éducative, cognitive et esthétique de la littérature dans la vie d'un enfant.

Plus tard, lorsque les plusieurs écoles et les bibliothèques ont été créées, les enfants ont notamment lu « la vie des saints », des histoires bibliques et autres. L'époque de la Renaissance a présenté des ouvrages destinés au jeune lecteur ; par exemple, le poète italien Pontano a imposé les berceuses (XVe s.); l'italien Faern a publié « Collection intéressante », qui comprenait une centaine de fables pour les enfants (XVIe s.).

La plupart des critiques littéraires considèrent la formation de la littérature pour les enfants au XIXe siècle. D'abord, les chercheurs ont commencé à enregistrer activement le folklore, des collections de légendes, de contes populaires et littéraires (J. et V. Grimmov, V. Gauf, E.-T.-A. Hoffman, G.-H. Andersen, Georges Sand, L.-A. von Arnim et K. Brentano, etc.).

Le folklore de chaque nation incarne l'intention des adultes non seulement de divertir, mais aussi d'éduquer l'enfant sous forme de berceuses, de blagues, de devinettes, de plaisirs, de contes. C'est pourquoi il y a tant de points communs dans le folklore de nombreux pays. La littérature orale est donc la première composante de la littérature étrangère destinée aux enfants [5].

Au XVIIe siècle, en se basant sur la littérature urbaine médiévale, le fablio et l'épopée animale, J. Lafontaine a commencé à écrire des fables. Ch. Perrault a ouvert les études littéraires de contes populaires qui ont poussé le développement de la littérature destinée aux enfants.

L'époque du Romantisme a non seulement favorisé le développement des traditions littéraires du folklore, mais a également popularisé le conte comme un genre littéraire. De charmants contes de fées, des contes sur les animaux et la vie quotidienne se propageaient rapidement. Ces genres intéressaient les écrivains et les chercheurs allemands (J. et V. Grimm, T. Benfey, J. Volte), considérés comme les fonda-

teurs du conte de fées, ainsi que les savants français (P. Sebio, E. Kosken, J. Bedier, P. Sents) et les folkloristes ukrainiens (I. Sreznevsky, I. Rudchenko, M. Dragomanov, O. Potebnya, V. Hnatyuk, etc.).

L'époque du Romantisme a contribué au développement de la littérature pour les enfants, en promouvant les sources clairs de gentillesse, d'amour, de hautes valeurs morales et éthiques ; le protagoniste des œuvres de l'époque était souvent un jeune enfant courageux, un adolescent qui possédait les meilleures caractéristiques. Les écrivains ont traité de la psychologie des jeunes personnages, de leurs expériences et de leurs sentiments.

Le cercle de lecture des enfants comprenait des œuvres d'art sur les sujets historiques de W. Scott, V. Hugo, E. Hemingway et d'autres écrivains. De nombreux ouvrages écrits pour des lecteurs adultes sont également devenus la propriété des enfants en littérature – Robinson Crusoé de D. Defoe, Gulliver de J. Swift, Gargantua et Pantagruel de F. Rabelais, Don Quichotte de M. Cervantes.

Il est important de noter que pour les lecteurs d'école primaire, les textes sont adaptés. *L'adaptation* est une sorte d'élaboration, de simplification d'une œuvre littéraire par la transformation de sa structure et de ses fonctions internes; la modification à la perception des enfants. On diminue pour le jeune lecteur les espaces philosophiques et descriptifs complexes, les réflexions de l'auteur.

Au XIXe siècle les activités de traduction ont été intensifiées, ce qui a contribué à élargir le cercle des lectures pour les enfants par les œuvres d'écrivains étrangers et à influencer le développement de la littérature pour les enfants de chaque pays. En règle générale, les traductions des œuvres d'écrivains étrangers ont tout d'abord été introduites dans des périodiques destinés aux enfants et aux adultes, qui comportaient une « page pour enfants ».

À la fin du XIXe s. dans le cercle de lecture des enfants on trouve des œuvres d'orientation réaliste, au centre desquelles l'image et le monde de l'enfant, ses problèmes, ses expériences, son mode de vie, la lutte contre des circonstances cruelles. Les personnages principaux de ces œuvres sont généralement les enfants des travailleurs et des pauvres: Oliver de C. Dickens, Tom Sawyer, Huckleberry Finn de M. Twain, ainsi que d'autres. Parmi les lecteurs étaient très populaires des textes de nature biographique, consacrés à l'enfance, à la description de l'environnement et à l'analyse de la formation de la personnalité du personnage principal.

Au début du XX siècle dans la vague du modernisme, les écrivains ont ravivé les traditions de la littérature romantique, actualisant les tendances de l'expressionnisme, de l'impressionnisme, du symbolisme, de l'existentialisme.

Dans la littérature étrangère de la seconde moitié du XXe s. – début du XXIe s. les tendances traditionnelles réalistes et postmodernes sont clairement visibles. Ceci s'applique également à la littérature pour les enfants, présentée par des œuvres au contenu souvent fantastique, mystique et héroïque. Le thème traditionnel principal de la lutte entre le bien et le mal se développe dans la confrontation entre personnages réels et immaginaires, synthèse de conditionnel et réel, jeu et sérieux, passé, présent et futur, etc. L'éclectisme des styles, la diffusion et le mélange des genres, les principes du collage postmodernes, la composition en mosaïque des œuvres sont caractéristiques des œuvres incluses dans le cercle de lecture des enfants.

Le genre de « fantasy » est particulièrement populaire, ce qui a permis une véritable renaissance de la littérature étrangère pour les enfants et les adolescents. Les auteurs de tels livres pour enfants sont les lauréats de prestigieux prix littéraires et leurs œuvres sont des best-sellers mondiaux (livres sur Harry Potter de J. Rolling ou « Le Seigneur des anneaux » de J.R.-R.Tolkin, etc.).

La littérature moderne pour les enfants est en fait dépourvue de restriction thématique : ses œuvres touchent des thèmes d'orientation morale, éthique, psychologique, historique, culturelle, sociale et quotidienne. L'amour pour la nature, l'homme et le travail sont étroitement liés aux problèmes de la lutte contre le bien et le mal (en particulier, sauver l'humanité des menaces éventuelles), des thèmes du retour aux traditions folkloriques afin de s'améliorer et d'améliorer le monde, le monde intérieur de l'enfant, les processus de sa socialisation et son adaptation au monde adulte [5].

Il est nécessaire de préciser que le sujet des livres pour les enfants est étroitement lié à la forme de genre de l'œuvre. La littérature pour les enfants est caractérisée par le même système de genres que la littérature en général. Chaque époque était dominée par différents genres.

Depuis l'Antiquité, le genre de lecture pour les enfants comprend des œuvres telles que des mythes, des paraboles, des légendes bibliques et des contes de fées. Les premières œuvres, écrites spécialement pour les enfants, ressemblaient à des manuels scolaires, avec des éléments de récit, d'images et de divertissement.

Le système de genres du XXe s. de lecture pour les enfants comprend romans, nouvelles, histoires

influencés par l'existentialisme, l'expressionnisme, l'impressionnisme, la littérature d'avant-garde, etc.

Le genre de la fantaisie est devenu le plus populaire dans la littérature pour les enfants. La réalité est intimement liée aux mondes fabuleux, mythiques et virtuels où leurs lois et leurs règles fonctionnent. Intertextualité (en particulier des éléments de la littérature ancienne et médiévale), nouvelle relecture de sujets et d'images traditionnels, actualisation des motifs irrationnels de la magie sont les caractéristiques artistiques d'oeuvres du genre de la fantasy.

Conclusions. Alors, la littérature pour les enfants est une composante indispensable de la formation d'un enfant; c'est quelque chose qui aide à former ses connaissances et ses compétences littérares, aide à développer son potentiel culturel et ses capacités créatives. Dans un livre, l'enfant trouve des réponses aux questions qui le préoccupent; il apprend à mieux se connaître et à mieux comprendre le monde qui l'entoure. La littérature française pour les enfants est très riche, différente et itéressante à lire, étudier et analyser.

Litterature:

1. Вовк У. С. Поняття дитячої літератури та її художня специфіка. Слово Світ. *Вісник. Національний університет* «*Львівська Політехніка*». 2002. № 453. С. 352–356.

2. Качак Т. Б. Зарубіжна дитяча література: основні аспекти вивчення. Література. Діти. Час: *Вісник центру дослідження літератури для дітей та юнацтва*. Вип. 1. Тернопіль: Навчальна книга, 2011. С . 125–131.

3. Le rôle de la lecture et les fonctions de l'écrit. URL : https://institutrice.com/le-role-de-la-lecture-et-les-fonctions-de-lecrit/ (дата звернення: 02.02.2025).

4. L'importance de la lecture chez les enfants. URL :https://mapiwee.com/importance-de-la-lecture-chez-les-enfants/ (дата звернення: 20.01.2025).

5. Lecture et enfant : un duo gagnant aux nombreux bienfaits. URL : https://surl.li/zlgdlz (дата звернення: 10.02.2025).

Станіслав О. В. ОСОБЛИВОСТІ ФРАНЦУЗЬКОЇ ДИТЯЧОЇ ЛІТЕРАТУРИ

У статті розглянуто питання специфіки, функціонування та історичного розвитку дитячої французької літератури як важливої частини світової культури, створеної для дітей письменниками різних національностей та різними мовами.

У ході дослідження встановлено, що основними методологічними підходами до вивчення дитячої літератури є: історичний (передбачає аналіз літератури у тісному зв'язку з історичними подіями та соціальними фактами у відповідній країні), компаративний (розглядає дитячі літературні тексти синхронно, порівнюючи їхні теми, проблематику, жанри, стилі оповіді, персонажів тощо з іншими подібними текстами) та культурологічний (аналізує дитячу літературу в контексті культурних подій, тенденцій і течій).

З'ясовано, що найхарактернішими ознаками дитячої літератури є: а) наявність у творі конкретного і життєвого художнього образу; б) ліризм оповіді (розповіді); в) динамічний розвиток сюжету; г) багатство, точність та емоційність мови; д) малюнки та ілюстрації.

Становлення і розвиток літератури для дітей у багатьох аспектах відображають розвиток світової літератури від найдавніших часів і дотепер. Література для дітей будь-якої країни починається з усної народної творчості, народної казки, що перетікає у жанр літературної казки та інші (наукова та художня фантастика, пригоди, автобіографічні оповідання та повісті).

Дитячій книзі притаманні дидактична та педагогічна цілі. Відтак, традиційними функціями дитячої літератури окреслюються навчальна та виховна. Авторка статті обґрунтовує як не менш важливі комунікативну (наводить приклади комунікативної поведінки, розширює словниковий запас читачів, дає їм досвід говоріння), естетичну (допомагає формувати перші уявлення, поняття і почуття прекрасного, розрізняти художні жанри і напрями, виховувати почуття краси поетичного чи прозового твору) та риторичну (дитина стає співавтором письменника, розвиває свої творчі здібності, пізнає щось нове) функції дитячої літератури.

Щодо тематики, то спостережено, що сучасна дитяча література не має обмежень: її твори зачіпають теми морально-етичного, психологічного, історико-культурного, соціального та побутового характеру.

Ключові слова: *французька дитяча література, методологічні підходи до вивчення дитячої літератури, історичний розвиток дитячої французької літератури, специфічні ознаки дитячої літератури, функції літератури для дітей, тематика французької дитячої літератури.*

ТЕОРІЯ ЛІТЕРАТУРИ

УДК 82.0
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/23

Біловус Л. І.
Західноукраїнський національний університет

Швець Т. В.
Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія

Павлішена Л. В.
Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія

АВТОРЕФЛЕКСІЯ В АСПЕКТІ НАРАТИВНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Стаття присвячена дослідженню авторефлексії як ключового компонента наративного дискурсу, що відіграє визначальну роль у формуванні літературного тексту. Розглянуто авторефлексію як когнітивний та психологічний процес, який впливає на структуру оповіді, жанрові особливості тексту та комунікативну взаємодію між автором і читачем. Проведений аналіз охоплює основні теоретичні підходи до поняття авторефлексії, запропоновані в межах наратології та літературної теорії, а також простежує зв'язок між авторефлексією та соціокультурним контекстом, що визначає її варіативність у літературних практиках.

Окрему увагу приділено метанаративним стратегіям, інтертекстуальності та комунікативним стратегіям автора, що сприяють конструюванню наративної структури тексту. Аналізуються мовні та стилістичні засоби, які визначають специфіку авторської рефлексії в художньому тексті, а також особливості самосвідомості автора у процесі творення літературного тексту. У статті також розглядаються взаємозв'язки між авторефлексією та феноменом літературної самосвідомості, що впливає на вибір жанрових і стилістичних засобів.

Стаття пропонує огляд сучасних наукових підходів до вивчення наративної авторефлексії як багатовимірного явища, що поєднує особистий досвід автора, літературні традиції та новітні естетичні пошуки. Результати дослідження підтверджують, що авторефлексія не лише є основним елементом процесу створення літературного твору, але й виконує психологічні, соціокультурні та пізнавальні функції. Висновки роботи можуть бути корисними для подальших досліджень наративних стратегій, а також у сферах літературної критики, теорії літератури та когнітивної наратології. Крім того, отримані результати можуть бути використані у дослідженнях авторської інтенціональності та читацької рецепції, що відкриває перспективи для міждисциплінарного аналізу наративних практик.

Ключові слова: *авторефлексія, наративний дискурс, метанаративні стратегії, комунікативні стратегії, літературна самосвідомість.*

Постановка проблеми. Авторефлексія, як когнітивний і психологічний процес, відіграє важливу роль у конструюванні наративних структур. Вона сприяє осмисленню автором власного досвіду, його трансформації в текстову форму та взаємодії з читачем. У сучасному літературознавстві авторефлексія все частіше розглядається як метод аналізу не лише індивідуальної свідомості автора, а й колективного досвіду, що відображається у художніх творах. Водночас, незважаючи на значний інтерес до проблеми наративу, залишається відкритим питання про те, як саме авторефлексія визначає структуру оповіді, формує оповідні стратегії та впливає на жанрові особливості тексту.

Наративні дослідження, що розглядають текст через призму авторефлексії, дають змогу проаналізувати літературний твір як багатовимірний

простір, у якому перетинаються особистісний досвід автора, соціокультурні контексти та естетичні прагнення. Проте в науковій літературі досі бракує комплексного підходу, який би поєднував дослідження авторефлексії з теоріями наративу та рецепції тексту. Отже, актуальним є дослідження взаємозв'язку між авторефлексією та наративною структурою, що сприятиме глибшому розумінню літературного процесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що авторефлексія в наративних текстах є важливою темою сучасних гуманітарних досліджень. Зокрема, Джером Брунер (Bruner, 1991) розглядав наратив як засіб осмислення особистого досвіду, підкреслюючи його роль у конструюванні реальності та самосвідомості. Пол Рікер (Ricoeur, 1984) досліджував наратив як спосіб переосмислення часу та досвіду, акцентуючи увагу на його здатності структурувати події та відображати суб'єктивне переживання.

Також варто згадати дослідження Роя Паскаля, Джеймса Олні, Вільяма Спенгемана та Елізабет Брусс, які фокусуються на проблемах референційності та цілісності автобіографічного суб'єкта, хронологічній послідовності оповіді та традиційній взаємодії автора й читача.

Крім того, Жан Старобінський, поєднуючи засоби феноменології та психоаналізу з філологічними техніками аналізу текстів, досліджував меморативні знаки у творах Жан-Жака Руссо, що дозволило йому розкрити тропологічну сутність автобіографічної прози.

У контексті української літератури дослідження авторефлексії також набувають актуальності. Наприклад, у статті «Авторські комунікативні стратегії спілкування з читачем в сучасній українській прозі» (2017) розглядається комунікативна взаємодія автора з читачем як прояв стратегій мовленнєвої поведінки в художньому дискурсі. Кіщенко А. аналізує поняття комунікативних стратегій і тактик, а також специфіку комунікативної ролі автора, що реалізує текстово-дискурсивну категорію адресантності. Виділено основні комунікативні стратегії спілкування з читачем, зумовлені авторською інтенцією та реалізовані на структурно-композиційному та лінгвопрагматичному рівнях.

Крім того, у дослідженні «Наративний аналіз як інтерпретація розповіді» (2024) окреслено методичні аспекти наративного аналізу художнього тексту як одного з методів дослідження шкільного курсу літератури. Нестерук С. підкреслює важливість наративного аналізу для розуміння структури, змісту та значення наративів, а також для виявлення основних тем, патернів та соціальних наслідків, закладених у наративній структурі.

Таким чином, сучасні дослідження підтверджують, що авторефлексія є важливим аспектом наративного процесу, що виявляється у комунікативних стратегіях автора та структурних особливостях тексту. Подальше вивчення цієї теми сприятиме глибшому розумінню взаємодії між автором і читачем, а також впливу авторської рефлексії на формування змісту та форми наративних творів.

Постановка завдання. Метою статті є дослідити вплив авторефлексії на формування наративних структур у сучасній літературі, визначити її роль у взаємодії між автором та читачем, а також окреслити методи аналізу цього феномену.

Виклад основного матеріалу. Сучасна наука демонструє виразну схильність до метааналізу, що ставить перед дослідниками складне емпіричне завдання. Використання термінів не лише в межах суміжних дисциплін, а й у віддалених науках підкреслює необхідність формування інтегративних теоретичних і методологічних засад [9; 11; 13; 19 та ін.].

Однією з платформ для об'єднання різних знань стає наратив – універсальний засіб репрезентації досвіду, інтерпретації подій, а також механізм збереження й передачі культурної та особистої пам'яті. Інтегративна спрямованість особливо помітна в наратології, де розширення дослідницького спектра за останні десятиліття набуло форми «наративного повороту» [18]. Звернення до аналізу наративу, що стало характерним для більшості гуманітарних наук, нині розглядається як складова масштабних змін у культурній структурі знання, пов'язаних із кризою модерністської епістеми [14; 18].

Так званий «наративний поворот» у сфері гуманітарних наук ставить перед дослідниками низку фундаментальних питань. Яке значення мають наративи в повсякденному житті та культурних дискурсах? Яку роль відіграють історії в збереженні та передачі культурної інформації між поколіннями? Як формується наративна пам'ять і яким способом людина реконструює свій особистісний, психологічний та соціально обумовлений досвід? Жодна окрема гуманітарна дисципліна не може дати вичерпні відповіді на ці питання. Саме тому наратологія поступово перетворюється на широку міждисциплінарну сферу досліджень, а тлумачення поняття «наратив» розширюється, охоплюючи емпіричний матеріал із галузей історії, філософії, соціології, етнографії,

маркетингу, медицини та психології. Це свідчить про виняткову значущість цього поняття для комплексу наук про людину, оскільки питання залишається незмінним: яку функцію виконують історії у нашому житті? Як через розповіді – власні або ті, що стосуються нас – ми осмислюємо своє існування та сприймаємо плинність життя?

Згідно з визначенням, наратологія займається вивченням оповідних текстів різних жанрових форм з метою виявлення закономірностей, що лежать в основі будь-якого наративу. Вона аналізує систему правил, які визначають взаємозв'язок між викладеними подіями та їхньою презентацією, способи та форми функціонування наративів, а також принципи їхнього створення і сприйняття. Центральним поняттям наратології є наратив, епістемологічний статус якого досі залишається дискусійним.

Попри необхідність аналізу текстів різних жанрових напрямів, основний фокус досліджень, як і раніше, зосереджується на літературно-художньому наративі. Оповідні жанри модернізму та постмодернізму вражають розмаїттям нових наративних стратегій і прийомів: це й відхід від інтриги як центрального організуючого елемента, й ефект «плаваючого» оповідача, й невизначеність темпоральної структури, й використання фальсифікаційних методів, а також гра з рівнями наративу. Такі експериментальні техніки розглядаються не лише як спосіб пошуку жанрової ідентичності, а й як спроба розширення дискурсивних можливостей, переосмислення комунікативних функцій літератури та мистецтва загалом. У постмодерністську епоху літературний наратив відіграє значну роль у розробці та вдосконаленні прийомів, що згодом інтегруються в широкий комунікативний простір і застосовуються в різних медійних та дискурсивних форматах. Дослідники відзначають, що традиційні межі між жанрами поступово стираються: політичні наративи набувають міфологічних рис, а рекламні тексти все частіше нагадують чарівні казки [7; 8; 17; 22 та ін.]. Так само методи, властиві літературному дискурсу, дедалі активніше запозичуються медіа, рекламною сферою, цифровим дизайном тощо. Це дає підстави вважати, що кожен наративний прийом варто розглядати як частину загального культурно-історичного й філософського процесу, що охоплює не тільки художній наратив, а й сам механізм створення та сприйняття історій. Безпосередньо це стосується і редуплікації – літературної наративної практики, яка трансформує традиційну модель розповіді та окреслює тенденцію до самореферентної форми наративу.

Поширення редуплікації як мистецького дискурсивного явища в текстах модернізму й постмодернізму тісно пов'язане з поверненням до авторефлексивної поетики. Водночас дослідження авторефлексії у наративних і дискурсивних структурах досі залишаються на периферії наукового інтересу, а зростання уваги до цієї теми спостерігається лише в останні десятиліття.

Дослідники починають звертати увагу на авторефлексивні наративи досить пізно. З одного боку, це пов'язано з труднощами філософсько-теоретичного осмислення авторефлексії як інструменту пізнання, з іншого – з епізодичністю її проявів у літературному дискурсі.

Здатність до авторефлексії формується одночасно з умінням структурувати та впорядковувати власний досвід. Процес розповіді передбачає дистанціювання від історії, її переосмислення та позиціонування оповідача як її джерела. Іншими словами, це розмежування між «Я», що розповідає (суб'єктом), і «Я», про яке ведеться оповідь (об'єктом). Поступове оформлення думки в мовні конструкції сприяє вербальній організації пережитих подій у наративних і ширших культурних моделях, тоді як індивідуальне осмислення спрямовується на самопізнання суб'єкта як джерела мовлення й мислення. Авторефлексія, як універсальна пізнавальна й семіотична структура, проявляється у різних дискурсивних форматах, проте саме літературно-художній наратив XX–XXI ст. стає особливим простором для її дослідження та конструювання**.**

Попри значну увагу дослідників до авторефлексії у наративі, це поняття досі залишається без усталеного визначення. Як зазначає Ж.-М. Шеффер, надзвичайно складно звести до єдиної концепції різні прояви рефлексивності, такі як «авторефлексія», «автореференція», «парадокс» та численні поняття з префіксом «мета-» [20, с. 15]. У найзагальнішому розумінні авторефлексія є характеристикою тексту, що призводить до дублювання або редуплікації його окремих компонентів – мовних, структурних, функціональних або пов'язаних із самим процесом створення тексту [23]. Це явище має важливе значення, оскільки допомагає побачити реальні масштаби наративної редуплікації. Тісний взаємозв'язок цих категорій підтверджується тим, що в низці наукових праць вони фактично використовуються як взаємозамінні поняття [21; 23].

Літературна авторефлексія традиційно асоціюється з включенням у твір авторських міркувань про літературний процес, вираженням став-

лення автора до створюваного тексту. Як зазначав М. Фуко, література, «замикаючись у власній самодостатності», прагне до аналізу своїх структур, форм і механізмів [15]. У художніх творах «естетична самосвідомість» проявляється по-різному: через діалог із попередніми текстами (інтертекстуальність) та культурними кодами (цитування, стилізація, колаж, пастиш), а також через усвідомлення внутрішньої будови тексту, особливостей його створення та сприйняття (літературна авторефлексія).

Феномени оповідної авторефлексії в літературному дискурсі активно досліджуються науковцями, які прагнуть знайти зв'язок між її формами та культурно-історичним контекстом. Особливу увагу вчені приділяють літературній авторефлексії як засобу вираження суспільної самосвідомості в певний історичний період, а також її поетичним аспектам [1–5; 10; 12; 20; 21; 23].

Розмірковуючи про авторефлексію як особливий стан літературного дискурсу, важливо підкреслити, що це явище вписується в багату літературну традицію. Ситуація, коли референтом якогось текстового фрагмента виступає сам текст, відома ще з часів античності. Авторефлексія як особливий стан літературного дискурсу має глибокі традиції, що простежуються від античності до сучасності. Вона проявляється в різних жанрах та формах, коли текст звертається до самого себе, осмислюючи власну природу.

Яскравим прикладом є «Божественна комедія» Данте Аліг'єрі, де в «Раю» автор не лише розповідає про містичну подорож, а й рефлексує над процесом поетичної творчості, звертаючись до читача і наголошуючи на труднощах передачі божественного досвіду мовою. У театральному мистецтві Лопе де Вега в «Фуенте Овехуна» та інших комедіях вводить метакоментарі про сам театр, підкреслюючи його умовність та природу дійства. Дені Дідро у «Жаку-фаталісті і його пані» використовує прийом переривання оповіді, коли герої починають обговорювати сам текст, а Лоренс Стерн у «Житті і думках Трістрама Шенді» будує на цьому цілу композицію, іронізуючи над художньою умовністю та створюючи одну з перших метапрозових структур. У XIX столітті Едґар По у своєму есе «Філософія композиції» розкриває механізми творення літературного тексту, а його художні твори, як-от «Манускрипт, знайдений у пляшці», демонструють ігри з оповіддю.

Однак саме література західноєвропейського модернізму та постмодернізму наголошує на значущості авторефлексії як ключового чинника у творенні смислів. XX століття, започатковуючи новий стиль оповіді, сприяє появі різноманітних наративних форм – від Роб-Ґрійє та Борхеса до Павича й Кальвіно. Хуліо Кортасар у «Грі в класики» створює текст із множинними траєкторіями прочитання, тим самим залучаючи читача до побудови оповіді, а Мігель де Унамуно в «Тумані» руйнує межу між вигаданим і реальним, вводячи сцену, де персонаж дискутує із самим автором щодо власної долі. Багаторівневий «устрій» літературних творів є очевидним наслідком тяжіння модернізму до ускладненої розповіді з розпливчастою системою дійових осіб, порушеною часопросторовою організацією, зміщеною функцією наратора, який виступає не лише в ролі оповідача, а й коментатора розказуваних подій.

Попри тривалу зацікавленість цією темою, проблема авторефлексії стала предметом детального літературознавчого аналізу порівняно нещодавно. Водночас її розглядають переважно як засіб глибшого самопізнання й пошуку ідентичності. Дослідники, аналізуючи літературоцентричні техніки у художній прозі, доводять, що самосвідомість літератури виявляється у структурі оповіді, яка виступає особливою формою організації дискурсу [4; 16]. Проявами рефлексивності стають як звернення до усталених культурних моделей і наративних форматів, так і переосмислення традиційних сюжетних структур, мотивів та технік розповіді. Естетизації прози також сприяють експериментальні підходи до трансформації звичних сюжетів.

Попри розмаїття підходів до дослідження рефлексивних аспектів у прозі, усталеної класифікації таких явищ досі немає. Залежно від особливостей тексту, що включає авторефлексивні компоненти, виділяють різні форми літературної саморефлексії, які можуть проявлятися безпосередньо в самому наративі або ж у супутніх дискурсивних формах. Ненаративні прояви авторефлексії існують у вигляді критичних роздумів, що нерідко набувають нефікційної форми. До таких автокритичних жанрів можна віднести маніфести, есеїстику, публіцистику, епістолярні жанри, а також літературну критику.

Як уже зазначалося, авторефлексія є способом прояву «літературної самосвідомості», що полягає у спробі автора осмислити власну позицію щодо створюваного тексту. У межах наративного дискурсу такі процеси формують окремий тип оповіді, який можна визначити як авторефлексивний наратив.

Авторефлексивний наратив, з одного боку, співвідносить себе з іншими видами дискурсу, зокрема

аргументативним та дескриптивним. Важливою складовою цього типу оповіді залишається його зв'язок із подієвістю, тобто викладом та впорядкуванням подій у дієгетичному просторі. Водночас в авторефлексивному наративі змінюється не лише сам характер подій, що описуються, а й спосіб їх представлення у тексті. На передній план виходять процеси самотематизації, які пов'язані не стільки з відображенням конкретної референтної події у сюжетному світі, скільки з осмисленням самої репрезентаційної події: актом розповіді, процесами рецепції, текстотворення та текстосприйняття. У наративному аспекті авторефлексія впливає на ключові складові подієвості, такі як наратор, фокалізатор, взаємозв'язок суб'єкта й об'єкта, рівні нарації тощо, при цьому відбувається подвоєння та/або розщеплення цих елементів у межах дієгезису.

До характерних рис авторефлексивного наративу належать:

- аналіз власних механізмів через текстову самотематизацію, звернення до феномену письма та/або рецепції, аспектів формування оповідного висловлення тощо;
- замкненість та герметичність смислів у семіотичній системі;
- розщеплення суб'єктно-об'єктних зв'язків у межах дієгетичного простору;
- подвоєння або розщеплення основних наративних складових (голос, наратор, фокалізатор; мотив, подія, рівень нарації; процеси оповіді та рецепції тощо).

При цьому авторефлексія в оповіді може бути втілена як у змістовно-тематичних аспектах, пов'язаних із самотематизацією процесу створення тексту чи його сприйняття, так і через зміну або трансформацію наративної структури твору. У першому випадку вона стосується ключових елементів, що формують основу історії, таких як мотиви творчості, образ письменника чи художника. У другому – зачіпає базові наративні категорії й інстанції (наратора, фокалізатора, суб'єктно-об'єктні зв'язки, рівень нарації тощо), подвоюючи або розщеплюючи їх у структурі дієгезису.

Наративна авторефлексія змінює усталені взаємозв'язки між історією та дискурсом, проявляючись у вигляді так званих наративних фігур. Форми авторефлексії в наративі здатні визначати оповідну стратегію, тим самим беручи участь у процесі семіозису тексту. У художньому творі вони втілюються передусім через прийоми, що функціонують на рівні оповіді як структурного елемента тексту. Авторефлексивні компоненти при цьому впливають на композицію, цілісність структури, наративні рівні та функції оповіді. До них, поряд із метанаративним коментарем і металепсисом, належить також редуплікація (mise en abyme).

На підставі цього можна зробити кілька узагальнень. По-перше, авторефлексивний наратив являє собою дискурсивний спосіб вираження авторефлексії в межах оповіді. По-друге, редуплікація є однією з характерних фігур авторефлексивного наративу. У межах тексту наративна редуплікація виступає особливою формою художньої дискурсивної практики, яка є варіантом авторефлексивної оповіді.

Висновки. Авторефлексія є невід'ємною складовою наративних досліджень, оскільки вона впливає на глибину та багатогранність літературних творів. Розуміння цього процесу дозволяє не лише краще інтерпретувати авторські інтенції, але й сприяє більш усвідомленому сприйняттю тексту читачем. Подальші дослідження в цій галузі можуть відкрити нові перспективи для аналізу літературних творів та їхнього впливу на аудиторію.

Список літератури:

1. Бистров Я. В. Англомовний біографічний наратив у вимірах когнітивної лінгвістики і синергетики: монографія. Київ; Івано-Франківськ: Видавець Кушнір Г. М., 2016. 320 с.

2. Бумбур Ю.М. Авторська рефлексія в літературному творі (на матеріалі прози Джона Фаулза): дис. ... к.філол.н., спеціальність: 10.01.06 – теорія літератури. Горлівка, 2009. 195 с.

3. Вертипорох О.В. Авторська суб'єктивність у сучасному прозовому контексті: від постмодернізму до метамодернізму. URL: http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/23/part_1/48.pdf

4. Вертипорох О.В. Авторефлексивний текст Євгена Пашковського як явище українського постмодернізму: автореф. дис. ... к.філол.н., спеціальність: 10.01.01 – українська література. К., 2007. 17 с.

5. Гаєвська О. В. Автобіографізм і сповідальність в українській та японській жіночій літературах. *Нова філологія.* 2024. № 93. С. 42–48.

6. Іванишин П. Українське літературознавство постколоніального періоду. К.: Академія, 2014. 192 с. URL: https://textbook.com.ua/literatura/1473448533

7. Кривенко С. Дискурс-аналіз політичних процесів: різноманітність підходів. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії.* 2014. Вип. 4. С. 170–176.

8. Кривопишина А. Розважальний наратив: естетичний аспект і специфіка повістування. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія».* 2014. Вип. 41. С. 229–231.

9. Кун Томас. Структура наукових революцій. К.: Port-Royal, 2001. 228 с. URL: http://litopys.org.ua/kuhn/kuhn.htm

10. Насмінчук І. А. Автобіографізм і сповідальність як вияв філософії екзистенціалізму у творах Марії Матіос. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки*. 2012. Вип. 30. С. 219–225.

11. Обискалов І. С. Рефлексія: поняття, види, функції, психологічна структура. *Журнал сучасної психології*. 2023. № 4. С. 47–57.

12. Пахаренко В. Метамодернізм як художній напрям : роздуми про новий тип світосприйняття. *Українська мова та література*. 2021. № 7-8. С. 56–68. URL : https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/728820

13. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник. Полтава: Довкілля-К, 2008. 712 с.

14. Стильові тенденції української літератури ХХ століття: Зб. К.: ПЦ «Фоліант», 2004. 284 с.

15. Фуко М. Археологія знання / пер. з фр. В. Шовкун. К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2003. 326 с.

16. Хярчук Р. Б. Сучасна українська проза: Постмодерний період: навч. посіб. К.: ВЦ «Академія», 2008. 248 с. URL: https://surl.gd/iknjum

17. Чорна Л.Г. Рольова структура малої групи як відображення функцій політичної системи соціуму. Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави. 2013. Вип. 14. С. 271–280.

18. Шелупахіна Т. В. Постмодерністичний дискурс аналізу питань ідентичності. *The 12th International scientific and practical conference "Modern problems of science, education and society"* (February 5–7, 2024) SPC "Sci-conf.com.ua", Kyiv, Ukraine. 2024. 1331 p. С. 977–982.

19. Fuller S. Social Epistemology. 2nd ed. Bloomington and Indianapolis, 2002. 315 p.

20. Schaeffer J.-M. Esthétique spéculative et hypothèses sur la réflexivité en art I J. Bessière (dir.) et M. Schmeling (dir.) II Littérature, Modernité, Réflexivité. Paris, Honoré Champion éditeur, 2002. P. 15–27.

21. Scheffel M. Formenselbstreflexiven Erzählens: Eine Typologie und sechsexemplarische Analysen. Tübingen: Niemeyer, 1997. VI p. 285 s.

22. Vestergaard T., Schroder K. The language of Advertising. Oxford: Basil Blackwell, 1985. 182 p.

23. Wessler É. La Littérature face à elle-même. L'Écriture spéculaire de Samuel Beckett. Amsterdam / New York, NY: Rodopi, coll. "Faux Titre", N°339, 2009. 461 p.

Bilovus L. I, Shvets T. V., Pavlishena L. V. SELF-REFLECTION IN THE ASPECT OF NARRATIVE STUDIES

The article is devoted to the study of self-reflection as a key component of narrative discourse, which plays a crucial role in the formation of a literary text. The author considers self-reflection as a cognitive and psychological process that affects the structure of the narrative, genre features of the text, and communicative interaction between the author and the reader. The analysis covers the main theoretical approaches to the concept of self-reflection proposed within narratology and literary theory, and also traces the connection between self-reflection and the socio-cultural context that determines its variability in literary practices.

Particular attention is paid to metanarrative strategies, intertextuality, and the author's communication strategies that contribute to the construction of the narrative structure of the text. The article analyzes the linguistic and stylistic means that determine the specifics of the author's reflection in a literary text, as well as the peculiarities of the author's self-awareness in the process of creating a literary text. The article also discusses the relationship between self-reflection and the phenomenon of literary self-awareness, which influences the choice of genre and stylistic means.

The article offers an overview of modern scientific approaches to the study of narrative self-reflection as a multidimensional phenomenon that combines the author's personal experience, literary traditions, and the latest aesthetic searches. The results of the study confirm that self-reflection is not only a key element of the process of creating a literary work, but also performs psychological, socio-cultural and cognitive functions. The conclusions of the study may be useful for further research on narrative strategies, as well as in the fields of literary criticism, literary theory, and cognitive narratology. In addition, the findings can be used in studies of authorial intentionality and reader reception, which opens up prospects for interdisciplinary analysis of narrative practices.

Key words: *self-reflection, narrative discourse, metanarrative strategies, communication strategies, literary consciousness.*

УДК 821.161.2-1.09
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/24

Науменко Н. В.
Національний університет харчових технологій

ТЕРМІНОЛОГІЧНА КОНЦЕПТОСФЕРА У РОЗУМІННІ ПРИРОДИ ТА ШЛЯХІВ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО ВІЛЬНОГО ВІРША

У статті зроблено спробу узагальнити теоретичні концепти, пов'язані зі становленням та розвитком верлібристики в Україні. Очевидно, що жоден дослідник не ставить надзавданням створення вичерпної «теорії верлібру», адже, зважаючи на його можливості у показі перебігу думок, руху душі поета, на специфіку жанрово-стильового вирішення конкретної теми, показати всю його розмаїтість в одній теорії складно. Реальним стало узгодження різних наукових концептів у вивченні українського вільного вірша; це дало підстави зазначити, що верлібр – це мистецький феномен, до студій якого можна залучити чи не всю літературознавчу (а також фольклористичну, мистецтвознавчу, філософську) термінологію. Об'єднавчими чинниками у даному дослідженні визначено жанр і стиль як система взаємопов'язаних видових ознак, що виявляються у верлібрі.

Глибоке вивчення проблеми верлібру як специфічного конгломерату жанрових та стильових ознак дає підстави стверджувати: за відсутності рими або чітко визначеного розміру, зміни одиниць повтору, відмови від уживання піднесеної «поетичної» лексики, навряд чи доцільно характеризувати їх як «найбільш усталені ознаки» вільновірша, адже вони можуть по-своєму виявлятися й у творах інших жанрів та версифікаційних систем. Тому в даній роботі вільний вірш утверджено не стільки жанром, скільки метажанром – системою, яка здатна інтегрувати канонізовані ліричні (пісня, ода, дифірамб, елегія, мініатюра), ліро-епічні (поема, балада), епічні (ескіз, етюд, дзуйхіцу, оповідання, новела, фрагментарна форма, а також подібна до літописної епічна оповідь), драматичні та музично-драматичні (містерія, мораліте, вертепна драма, лібрето), фольклорні (казка, загадка, замовляння, голосіння), жанри релігійної лірики (молитва, кант, ораторія, псалом) та адресатно-щоденникового профілю (лист, посвята, послання, щоденник).

Ключові слова: *українська поезія, верлібр, жанр, метажанр, стиль, мова, версифікація.*

Постановка проблеми. Верлібр як специфічний спосіб поетичного висловлення почуттів і думок має довгу історію й приваблює увагу багатьох митців і вчених. Творчо переосмислюючи попередні здобутки вільного вірша, поети інтегрують у них елементи власного стилю, тим самим створюючи нові його жанрові модифікації. Попри звільненість від канонів класичного віршування, для митців верлібр справді є філігранною поетичною школою.

Літературознавці, студіюючи верлібристику, синтезують у своїх визначеннях цього виду віршування – помежованого між поезією та прозою – спостережені попередниками жанрово-стильові константи, поступово виробляючи на цій основі власні інтерпретації. Імпліцитне та експліцитне втілення жанрових характеристик вільної форми в українській літературі пояснюється характерним для доби зламу XIX–XX століть прагненням до оновлення віршового вислову, творчим переосмисленням фольклорної традиції й знакових літературних матриць, а також досвідом перекладацької діяльності письменників. Так, у «Секретах поетичної творчості» (розділ «Поезія і музика») І. Франко наголошує, що виникнення вільних форм стало реакцією на «псевдомузикальну манію» французів, передусім П. Верлена: «*Під проводом Арно Гольца постала… купка поетів, котра… відкидає все, що досі називалося поетичною формою і мелодією, отже, не тільки риму, але й рівний розмір віршів, і ставить основним принципом нової поезії голе слово в його безпосереднім, первіснім, несфальшованім (?) значенню*» [24, с. 96–97], підтверджуючи думку про «німецьке» походження новітнього вільновірша як поетичної форми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З точки зору формозмісту, художня практика І. Франка в галузі вільної форми – цикл «Вольні вірші» – є пародією на тогочасні поетичні експерименти (Б. Бунчук, Тамара Гундорова, В. Корнійчук, Наталія Костенко, М. Наєнко, Галина Пехник,

Фаїна Пустова, М. Ткачук). Його іронічне звучання виявляється в метризованих, а іноді й римованих закінченнях кожного з трьох віршів. Однак це саме той випадок, коли пародія дає мистецькому явищу нове життя в іншій культурній парадигмі, – адже у Франкових творах освоюється той тип верлібру, до якого пізніше вдавалися поети різних літературних угруповань [12, с. 129].

Об'єктивною є думка, що вірш Лесі Українки поєднує власне вільний (верлібр) та «довільний» (різностопний гекзаметр), написаний рядками різної довжини, але близькими до трискладових розмірами. Таке поєднання дає змогу говорити про оригінальність українського вільновірша в інтерпретації Лесі Українки, якої вона досягла, синтезуючи інтонаційний лад народних дум і досвід своїх сучасників – французьких символістів, які ввели верлібр у європейську поезію [6, с. 33; 11, с. 193; 17, с. 45; 22, с. 401]. Якщо вирізнити простіший (форму з відносно сталою домінантою того чи того розміру) і складніший (форму зі зміною домінант різних розмірів) різновиди верлібру, – то Лесин вільний вірш визначається як простіша трискладова зі змінною анакрузою форма, з елементами дольника.

Дослідження А. Мойсієнка доповнюють картину розвитку українського вільного віршування, зокрема в 40–50-ті роки XX століття. На його думку, багатство імен верлібристів, хоча й утруднює вивчення цього поетичного феномена, «не свідчить про убогість сьогоднішнього верліброво поля, а навпаки – про досить широку амплітуду творчих пошуків і неодмінного поступу в царині українського вільного вірша» [15, с. 53].

Водночас не обходилося й без курйозів. О. Бригинець, автор статті «Увага: верлібр!» (1990), наголошував на недостатності даних щодо цього різновиду віршування, зокрема спробував подати для нього своє визначення: *верлібр – одна з форм віршування; проміжна форма між поезією й прозою; особливий вид літератури поруч із поезією й прозою, який живе за своїми власними законами* [5, с. 108]. Однак сумнівними у дослідженні О. Бригинця видаються співвіднесення вільного вірша з іншими видами й жанрами літератури, фольклору, навіть із науковими текстами та позамовними знаковими системами. З його точки зору, на верлібри схожі «загадки та прислів'я» – попри велику кількість, чи й не більшість, римованих паремійних конструкцій, наприклад «без вікон, без дверей, повна хата людей» [17, с. 50]. З другого боку, «усі… формули, теореми, прислів'я, афоризми і безліч усього іншого – то є верлібри» [5, с. 109–110]. Ця теза здобулася на справедливу критику з боку А. Мойсієнка: якщо верлібр можна «зробити» з певного філософського чи словесного матеріалу, то «без внутрішнього, емоційно-почуттєвого імпульсу холодиною залишиться будь-який філософський чи словесний матеріал – на рівні його самого, тільки не художньої даності» [15, с. 52].

Зі всієї повноти наведеного можна констатувати, що, як справедливо говорить Галина Сидоренко, «теорія верлібру в***и***грає, коли справа досліджень буде з ґрунту *протиставлення* переведена на ґрунт *зіставлення*, й поступову появу і розвиток верлібру буде простежено протягом всієї історії нашої поезії, в зв'язках із розвитком силаботонічної системи» [20, с. 25]; і, як стверджує А. Гуляк, не варто вільну форму вірша протиставляти метричній, аби показати перевагу однієї над іншою, – їх можна зіставляти для пізнавання суті кожної з них [див. 19, с. 279]. Це окреслює перспективність шляхів дослідження українського вільного вірша з точки зору **його жанрової природи,** оскільки саме вона дає можливість зіставити інтерпретації певної теми, ідеї, проблематики у вільній та метричній формах.

Постановка завдання. Мета цієї роботи – на основі розгляду теоретичних концептів вільного віршування у доробку українських літературознавців різних періодів установити верлібр як своєрідний метажанр, у якому узгоджуються елементи різних жанрів, стилів, просодичних систем і мов, а також виявити той чинник, який зумовлює «свободу» вільного вірша.

Виклад основного матеріалу. Якщо, згідно з думками українських філологів, вільновірш Лесі Українки подібний до гекзаметру, а в І. Франка синтезував рядки класичних розмірів, які постійно чергувалися, то в 1920-х рр. верлібр зазнає чималих змін у версифікації та мові: вперше зроблено спробу вилучити з тексту твору традиційні розділові знаки та ввести нові їх комбінації, закінчувати рядки службовими словами, надати віршеві графічної будови. Особливого поширення набув синтагмоїдний «ієрогліфічний» [17, с. 45] вірш, у якому кожен новий рядок складається з одного слова. Послідовність слів стає «конспектом» уявлюваного читачем твору, як-от у наведеному нижче вірші В. Хмелюка: «*палаци варшавські / тешин / краків / вашінгтон / 7 годин / вечором*» [цит. за 9, с. 375].

Отже, чимало взірців українського верлібру зазначеної доби позначені переплавленням ідейно-образних і формотворчих констант **імпресіонізму**

та сюрреалізму. Їм відповідають нові жанротворчі чинники: тяжіння до малих форм; надання знаковим жанровим утворам нового змісту шляхом «верлібризації» («Пастелі» П. Тичини, «Елегія» Т. Осьмачки, «Дифірамб водоспаду» Д. Загула, «Вистава» В. Поліщука). Разом з тим спостерігається вихід вільного вірша за межі суто ліричних жанрів у площину ліро-епіки (поеми «Золотий гомін» П. Тичини, «Великдень» А. Казки).

З'являються перші спроби побудови теоретичної концепції вільного вірша, сформовані його практиками (Д. Загул, І. Ма́ца, В. Поліщук, Б. Якубський). Хоча, наприклад, В. Поліщук перебільшував його роль, та все ж майстрам верлібристики 1920-х років належать вдалі спроби класифікувати вільні віршові форми української поезії. Так, Д. Загул у праці «Поетика» висловив важливу для нинішнього віршознавства тезу: «Щоб зрозуміти, в чому суть верлібризму, треба знати, що кожен час, кожне з'явище, кожна людина і кожен настрій має свій ритм. А тому що форма віршованого твору не може відділитись від змісту його, а той зміст є почуванням, настроєм, – тобто внутрішнім ритмом, то форма вірша й мусить віддавати той внутрішній ритм, що його ніяк не можна вбгати в метро-тонічну систему» [8, с. 117]. Утверджується фігура недомовленості як стилістична особливість вільного віршування, зумовлена спонтанністю *руху авторської думки*, – саме він є ритмотворчим чинником верлібру, компенсуючи відсутність кінцевої рими та регулярного метру [див. 12, с. 125; 17, с. 47].

У футуристичному вільному віршуванні до цього руху підключаються як винесені в рядок слова, так і окремі літери. Вони, «як і інші поетичні елементи, починають виконувати ритмотворчу функцію, відлічуючи пульс Всесвіту» [29, с. 12]. Це дало поштовх розвиткові такого жанрового різновиду вільного вірша, як *фрагмент*. Промовистим прикладом цього в українській поезії є нотатник «З зелених думок одного Лиса» Б.-І. Антонича:

Я не людина, я рослина,
А часом я мале лися.
Співало сімнадцять дівчаток: ой стелися, хрещатий барвінку,
І сонце в ріці веретеном зеленим крутилось... [1, с. 289].

Киплять сади під снігом квіття.
Коса дороги в куряві розплетена лежить [1, с. 290].

Ці рядки не отримали подальшої реалізації у віршах більшого обсягу, однак кожен з уривків можна вважати окремим викінченим твором. До вільної форми їх наближує композиція, в якій чергуються різні силабо-тонічні розміри, подекуди з понадсхемними наголосами («**ой**, сте**лися**, хре**ща**тий бар**він**ку») або пірихіями; іноді ці рядки – моностихи («*Коріння тиші, вросле в глину ночі…*»). Їх Марія Моклиця визначає як вірші, які «демонструють свою незалежність від рядка, наче доводячи, що в поезії може не бути усталених елементів», вірші, де ключову роль відіграє «не звучання, а образність» [16, с. 191]. Фрагмент залишає читачеві простір для співтворчості, дозволяє «доуявити» образ, доповнити до цілості, яка, можливо, розвинеться у новий художній твір [17, с. 47].

Серед канонізованих ліричних жанрів верлібр не посідає якогось окремого місця, а може виявлятися в усіх вищезгаданих формах. Доволі часто вільновіршова будова поезії з конкретним визначником у заголовку може проявляти первісні, іноді втрачені риси вихідного жанру. Цікавим є напрям досліджень українського вільного вірша з генологічних позицій, унаслідок чого варто придивитися пильніше до такого моменту, як **жанрова матриця** – комплекс найбільш усталених ознак, що залишаються атрибутивними впродовж усього історичного життя жанру [17, с. 52].

Щодо верлібру з точки зору версифікації, то він, як і метричний вірш, заслуговує на кваліфікацію *метажанру формального рівня*. Білий і довільний вірш, які стоять на перетині вільного та метричного метажанрів, також прогнозовано можуть прилучитися до верлібрового ґатунку: білий – шляхом трансформації в акцентний при збереженні неримованого ладу; довільний – відмовою від кінцевої рими при збереженні різностопних рядків [14, с. 134; 17, с. 57]. Аналіз української поезії саме й свідчить про наявність архітворів, які поєднують у собі всі зазначені елементи.

Так, твором не верлібровим, але значною мірою прототипом українського вільного вірша, який характеризується метажанровим наповненням, є «Слово о полку Ігоревім». М. Брайчевський визначає його репрезентантом особливого жанру, що не залишив нам інших прикладів [4, с. 429]. Достеменно відомо: автор «Слова…» глибоко знав історію та культуру Київської Русі, пісня його засвідчує майстерне володіння художніми засобами, обізнаність у теорії віршування та поетичної мови [10, с. 29].

Беззаперечною є думка Івана Огієнка, що версифікаційну першооснову поеми склали ста-

роукраїнський вірш – нерівноскладові віршові рядки, які подекуди чергуються з прозою; давньоєврейський (біблійний) вірш – неримований, заснований на інтонаційно-синтаксичних повторах, які згодом стали маркерами вільного вірша; візантійське віршування, головною рисою якого було чергування довгих і коротких складів. З усіх наведених варіантів тогочасної версифікації найбільш вірогідним І. Огієнко визнає біблійний вірш: «Воно («Слово». – Н.Н.) написане власне старогебрейською формою віршування, нерівноскладовою, без рими» [18, с. 114–121].

Синтез сучасних наукових поглядів на версифікаційні особливості «Слова о полку Ігоревім» показує: воно тяжіє до ритмізованої прози, але водночас є прообразом українського вільного вірша, який, своєю чергою, усталився як версифікаційна система наприкінці XIX століття, – не без впливу давньоруської пам'ятки, завдяки творчому застосуванню її ритміки та художньої образності [17, с. 54].

У низці творів вільновіршові структури часто синтезуються з метричними, й це є ще одним доказом не протиставлення, а зіставлення останніх. Що менший за обсягом твір, у якому відбувається такий синтез («Перебиваний верлібр» М. Рильського, «Новела про скульптора» Р. Кудлика), то більш емоційно насиченим й напруженим, «новелістичним» є його звучання. Таке взаємоперетікання верліброві і метричних структур зумовлюється авторським задумом, сюжетною лінією, темпоритмом твору, що, власне, зумовлює його ліро-епічність.

Метажанрову природу можна оприявнити в кожному окремо взятому верлібрі. Потужна родо-жанрова дифузія у новочасній поезії привела до нової актуалізації «рудиментарної пам'яті жанру» (Елеонора Соловей). Ознакою цієї актуалізації стає заголовок або підзаголовок до вільновіршового твору. Заголовки, до яких включено експліцитні жанрові маркери, утворюють особливо складну знакову систему, в якій внутрішня форма визначника актуалізується на образному рівні в сув'язі з іншими компонентами назви та самим вільновіршовим текстом.

У переважній більшості такі заголовки знаменують інтерпретації творів власне літературних: «*Танки* про цвіт черемхи в дощ» В. Поліщука, «*Дифірамб* водоспаду» Д. Загула, «*Ода*» С. Бена, «*Балада* про соняшник», «*Балада* золотої цибулі» І. Драча, «Кажу вам таку собі *баладу*» В. Голобородька, «*Новела* про вівчарок» Р. Кудлика, «*Лист* до гречки» А. Малишка, «*Лист* до стежки» В. Голобородька, «Вже котрий це до тебе *лист*…» В. Стуса, «*Елегія*» Т. Осьмачки, «*Елегії*» В. Кордуна, «*Елегії*», «Освідчення. *Епістолярії*» Софії Майданської, «Єзавель. *Містерія*» В. Герасим'юка, «Загумінкові *гротески*», «Краєвид з *елегіями*», І. Калинця, «Журбопис свободи. *Лірико-драматичні медитації*» С. Сапеляка, «*Шкіци* з історії музики» І. Петровція, «*Ескізи* з південних морів» В. Лесича, «Перед лицем Слова. *Танка*» О. Лупула, «Узором *хоку*» Яра Славутича, «40 стилізованих *хоку*» Марії Ревакович, «Суцвіття *танка*» В. Вербича, «Келих троянд. *Поезії в прозі*» О. Довгого, «Три *поезії* з *лемківського циклу*» А. Мойсієнка, «Типу *лірика*» С. Пантюка, «*Дзуйхіцу* від сакури» Людмили Скирди, «*Легенда* або сон», «Зелена *література*» Патриції Килини.

Погляд на вільну віршову форму як першооснову української поезії зумовив інтерес сучасних поетів до жанрів давньої книжної літератури. Про це промовисто свідчать твори «*Лапідарій*», «Мій *азбуковник*», «*Місяцеслов*», «*Тренос* над ще однією хресною дорогою» І. Калинця, «Саркофаг. *Сторінка* майбутнього *літопису*» В. Кордуна, «Літо *літописує*» В. Голобородька, «*Похвала* кроснам», «*Похвала* воді» Софії Майданської [17, с. 55].

«Ідеальний верлібр» – релігійний текст став прообразом численних взірців сучасної літургійної поезії: «*Молебень* до Богородиці» Віри Вовк, «*Молитви*» Б. Бойчука та Є. Сверстюка, «*Молитва* до пальми» Марти Калитовської, «Сива *молитва*» Д. Чередниченка, «На Благовіщення» Оксани Лятуринської, «*Псалом* Благовіщенню» С. Сапеляка, «Білі *псалми*» В. Кордуна, «*Акафіст* до Богородиці із Красова» І. Калинця.

Прагнення поетів висловити перипетії життя ліричного героя у лаконічній формі зумовило поширення фрагментарних жанрів, позначених недомовленістю, таємничістю, заінтригованістю. Це твори «*Уривки з листа*» Лесі Українки, «*Пролог* до невідомої поеми» В. Сосюри, «*Деталі* кримських краєвидів» В. Поліщука, «*Уривок*» («А небозвід…») П. Тичини, «По заході сонця. *Фрагмент*» М. Ореста, «З глиняної *книги*» В. Базилевського, «*Спалахи*» П. Осадчука, «З зеленого *зошита*» Б. Рубчака.

Український верлібр характеризується глибиною образного відтворення дійсності в категоріях образотворчого, сакрального, народного мистецтва. Відкритістю до орнаментально-іконічної синестезії позначено твори «*Пастелі*» П. Тичини, «*Меандри*», «*Мандаля*», «*Писані кахлі*» Віри Вовк, «*Автопортрет*» Л. Череватенка, «*Камеї*» В. Кордуна, «Квіти на *поштівках*» І. Калинця,

«*Мозаїка* у стилі модерного *рондо*» Марії Гончаренко, «*Мереживо* дощових крапель» В. Колодія, «*Витинанки*» М. Білоуса; «Київські *екслібриси*» Б.Бойчука, «*Писанки*» Д. Павличка та С. Вишенського, «Півонії: *Автопортрет* із Катериною Білокур», «Українські птахи в українському *краєвиді*», «Лісове *вишивання*» В. Голобородька, «9/10: фрагмент *вишивки*» Марії Шунь, «*Предметність* нізвідкіль» В. Лесича.

Музичний і танцювальний елементи зумовили синтетичну жанрову наповненість верлібрових поезій «*Мелодії*» Лесі Українки, «*Фуга*», «Сковорода. *Симфонія*» П. Тичини, «Лісовий *спів*» В. Поліщука, «Катерина. *Фуга*» В. Голобородька, «Напередовець. *Спів* із кількома *наспівами*» І. Малковича, «*Симфонія*», «*Ноктюрн*», «*Appassionata*», «*Adagio*» Віри Вовк, «Осінній *джаз*» Марії Шунь, «Бостон-*джаз*» Мар'яни Савки, «Сентиментальний *вальс*» Софії Майданської, «*Flamenco*» Жені Васильківської, «*Радіошансон*» С. Жадана[17, с. 56].

Вірогідно, що тяжіння до показу внутрішнього світу ліричного персонажа у його стосунках із довкіллям та іншими людьми стало причиною уведення у верлібр драматичних і музично-драматичних домінант. Потужним драматургічним струменем позначено твори «*Вистава*» В. Поліщука, «Єзавель. *Містерія*» В. Герасим'юка, «Іконостас України. *Містерія*» Віри Вовк, «Платний пляж на Стіксі. *Лібрето рок-опери*» В. Бориспольця, «Проект *балету* у трьох актах» Б. Рубчака, «Мері Крістмас, Джізус Крайст! *Вертеп*» С. Жадана, «*Вертеп*» В. Стуса.

Фольклорна першооснова українського верлібру виявлялася на кожному етапі його розвитку [див. 7, с. 22]. Свідченням цьому є поезії «Лебедина *пісня*» Уляни Кравченко, «З дитинства: *Замовляння* дощику», «*Замовляння* від печалі» В. Голобородька, «*Міт* про козака Мамая» І. Калинця, «*Заклинання*» Віри Вовк, «*Міф*» В. Герасим'юка.

Часто заголовок поезії містить настанову на «верлібровість». Проте, як показує детальне прочитання тексту, в такому творі вільна форма часто синтезована з метричною. Прикладами тому є «*Вольні вірші*» І. Франка, «*Vers libre*» А. Казки, «Перебиваний *верлібр*» М. Рильського, «*Верлібр* і трохи математики» Л. Череватенка, «*Верлібровий* вирок» І. Калинця, «*Паліндромні* верлібри» А. Мойсієнка, «*Верлібровий* потяг» С. Пантюка, «Несподівані *верлібри*» В. Баранова. Цікавим є заголовок книги «*Верлібріарій.* Абетка» Марії Шунь, де сконтаміновано поняття «верлібр» та латинський суфікс збірності «-арій» (на взірець *гербарій, лапідарій, бестіарій*) [17, с. 57].

Чимало українських верлібрових творів мають унікальні жанрові визначники – авторські неологізми, в яких певною мірою відбивається ідея, тема, домінантний образ вірша: «Маленькі *алогії*» І. Калинця, «Алко*хоку*» Ю. Позаяка – синтез «Алкоголів» Г. Аполлінера з концентрованою образністю японської строфи тощо. З аналізу таких визначників випливає висновок: вони є результатом усвідомлення авторами лінгвістичних і металінгвістичних первин, які лягають в основу верлібру.

За допомогою заголовка створюється «горизонт очікування», який завжди виражає рівень компетентності і автора, і читача у розумінні твору. Перетин горизонтів дає змогу тлумачити сталий мистецький феномен по-новому. Жанрові матриці, окрім «горизонтів очікування» для читачів, є «моделями писання» для авторів [30, с. 30]. Тому їх взаємопроникнення є основою для співтворчості автора з реципієнтом.

Щодо твору вільної форми, то саме горизонт очікування, заявлений жанровим визначником, значною мірою зумовлює засвоєння поезії реципієнтом, знайомим із особливостями первісного жанру – дифірамба, оди, новели, містерії, акафіста, молитви. Синтез різнопланових жанрових маркерів українського верлібру дозволяє установити концепцію вільного віршування у цілому й виявляє (за законами «жанрової пам'яті») його змістове наповнення та шляхи сприйняття.

Звернення до особливостей жанру вільновіршового твору допомагає літературознавцям дійти спільної точки зору у розв'язанні суперечливих питань. Багатогранні студії феномена верлібру у вітчизняній та зарубіжній філології привели до появи різних, часто діаметрально протилежних його означень: *строфічний – астрофічний; неримований – (спорадично) римований; метризований – неметризований; акцентний – тонічний – поліметричний вірш* тощо. Ці точки зору випливають із різновекторного сприйняття верлібру – явищем або глибоко національним, або наднаціональним, або привнесеним у поезію з інших літератур.

Одним із дискусійних моментів у дослідженні вільної віршової форми є співвідношення *строфічність – астрофічність.* Донедавна в українській науці панувала теза, що астрофічність верлібрового твору зумовлювалася відсутністю рими і беззастережно вважалася сталою ознакою вільного вірша. На противагу цьому, З. Черни висло-

вив думку: рядки верлібру можуть репрезентувати різний порядок чергування інтенсивних часових, мелодичних, гармонійних структур і відтак об'єднуватися у відокремлені інтонаційними паузами групи – «лесси» [28, с. 249], тобто строфи. Дискусійною є теза С. Шаховського, який до верлібристики відносив такий взірець античного квантитативного віршування, як алкеєва строфа [цит. за 2, с. 150].

Положення про обов'язкову астрофічність верлібру втрачає свою актуальність у віршознавчих роботах останніх десятиліть XX ст. та початку нового тисячоліття. Філософські есе, твори на біблійну та інтимну тематику вельми часто мають форму астрофічного верлібру порівняно великого обсягу. Астрофічність такого вірша доцільно назвати «синонімом» епічності, неквапливого розвитку однієї думки, нерівномірний перебіг якої позначається різною довжиною рядка. І навпаки, послідовна зміна точки зору, несподівані сюжетні повороти, ускладнена внутрішніми монологами та невласне-прямою мовою наративна структура зумовлюють строфоїдну композицію готового твору.

А. Ткаченко вводить у науковий обіг нову терміносполуку – «верліброва строфа» з видозмінами «верлібровий дистих (терцет, катрен, дев'ятирядник тощо)» [22, с. 412–413], пов'язуючи вільну та канонічну віршові структури у межах жанрострофи. Стилізації японської поезії хайку та танка визнаються прототипами українських верлібрових три- і п'ятивіршів [22, с. 414–415]: вони, хоча інколи і втрачають формальні риси первісних жанрів, залишаються суголосними їм на рівні змістовому.

Отже, строфічна чи астрофічна будова вірша не є концептуальною ознакою верлібру, а зумовлюється творчим задумом автора, темою, провідною ідеєю та жанром майбутньої поезії.

Відкритим є й питання щодо *рими* у верлібрі. У довідкових виданнях цей вірш найчастіше позначається як «неримований». Чимало вчених категорично твердять, що рима вільному віршеві принципово протипоказана, що «свобода» вірша включає «свободу від рими» [5, с. 108; 29, с. 182]. Певною мірою це логічно, позаяк рима править за звуковий вияв ритмічної організованості, рівномірності вірша, а у верлібрі цю функцію зазвичай виконують інші елементи – інтонація, словесні повтори, стилістичні фігури. Повна відсутність римування у переважній більшості верлібрів є не що інше, як радикальний етап його еволюції – свідома авторська відмова, протест проти обмеженості кінцевих співзвуч [див. 25, с. 506]. У художній практиці це той же знаковий момент, що і відмова від дієслівного, точного різновидів римування, або перебільшення ролі алітераційних та асонансних рим. Правомірною є позиція вчених, які, хоча й не відкидають риму як формальний чинник вільного вірша, проте відводять їй функцію допоміжного засобу ритмотворення.

Істинний, змістовний верлібр не орієнтується ні на чергування наголосів, ні на риму, та водночас їхня поява не порушує його гармонійної структури [20, с. 44]. У вільному вірші рима може виникнути будь-де – як наприкінці, так і на початку або всередині суміжних рядків. У більшості вільновіршів Лесі Українки («Ave regina!», «Зоря поезії. Імпровізація», «Весна зимова») рима наявна, але за рахунок довгого рядка співзвучні слова віддаляються одне від одного.

Застосування Б.-І. Антоничем неточних або приблизних перехресних рим, у поєднанні з ритмічними перебоями, дає підстави кваліфікувати як верліброїди його зрілі вірші. Їхньою характерною ритмотворчою особливістю є рідкісний в українській просодії багатостопний ямб із пірихіями («Дзвінкова пані», «Поема про вітрини» тощо), провідними жанровими модифікаціями – ліричні фрагменти («З зелених думок одного Лиса»), безпунктуаційні ліро-епічні вірші («Ніч в місті», «Весна»), байка («Страйк мишей»). Підтвердженням сказаному є цитата з «Дому за зорею»:

Живу коротку мить. / Чи довше житиму, не знаю,

Тож вчусь в рослин / сп'яніння, зросту і буяння соків.

Мабуть, мій дім не тут. / Мабуть, аж за зорею. / Поки

Я тут, інстинктом чую це: / співаю – тож існую [1, с. 192].

Ця строфа віртуально перетворюється на верлібр, з урахуванням завершеності синтаксичних періодів (клаузули оригіналу виділено напівжирним шрифтом):

Живу коротку мить.

Чи довше житиму, не ***знаю****,*

тож вчусь в рослин сп'яніння, зросту і буяння ***соків****.*

Мабуть, мій дім не тут.

Мабуть, аж за зорею.

Поки *я тут, інстинктом чую це:*

співаю – тож ***існую*** [див. 17, с. 60–61].

Таким чином, рима – явище цілком звичне для вільного вірша: одиницями фонетичного повтору в ньому можуть виступати подібні за звучанням

словоформи, насамперед утворені суфіксальним способом, – прикметники, дієслова, дієприкметники, дієприслівники, віддієслівні іменники тощо. Прикладом цьому є вірш П. Тичини:

Люблю астрономію, / музику, / жінку.

*Астрономія воздвиж**ає**, / музика сп'ян**яє**, / жінка дивує –*

*У г**о**лосі, у п**о**гляді, навіть у п**о**смішці*

*жінка завжди рожд**ає*** [21, с. 78].

Або рядки з «Витинанок» М. Білоуса:

*Характер: / Тюльпани стрімко вгору **цвітуть**, / Нарциси поважно вклоняються, / Півонії постійно поклони **б'ють**. / ... Як і люди!* [3, с. 78].

В обох прикладах нанизування дієслів однієї й тієї ж особової або числової форми утворює наскрізну риму, що разом із інтонацією переліку зумовлює специфічний медитативний лад вірша. При цьому рима часто виявляється початковою або внутрішньою; в обох випадках навіть зужита рима отримує нове естетичне забарвлення [17, с. 62].

Вільну форму може репрезентувати вірш римований, однак *безпунктуаційний*. У ньому можуть не вживатися великі літери, а рими – бути різного ґатунку (точні, неточні, приблизні): «*на городі за перелазом / соняшник лузало / прийшла пава / листя опало / до багаття звезла / бо сонечко змерзло / гори гори ясно / аби не згасло*» (І. Калинець. «Сонце»).

Інший приклад – уривок з вірша Оксани Чубачівни, де ключові слова виокремлюються тире та графічною розбивкою:

Тополі зелене полум'я – / п а л а х к о т и т ь

в грудях радість затерпла – / щ е м и т ь

візьме / і займеться полум'ям

місто – / щ е м и т ь [26, с. 16].

Отже, не кожен вірш, у якому відсутні пунктуаційні знаки, є вільним, і навпаки – безпунктуаційність неможливо однозначно визнати ключовою рисою верлібру. Вилучення розділових знаків зумовлює можливість різночитань окремого твору, а підвищення або зниження поетичної інтонації реципієнт уявляє під час читання вірша «про себе».

За всієї повноти проаналізованого матеріалу потребує відповіді питання: в чому ж полягає «свобода» вільного віршування. Частково на це запитання відповів Б. Якубський у виданій ще 100 років тому «Науці віршування»: «Поет верлібрист у творчості своїй не зв'язаний ніякою метрикою, тільки ритмами власної співучої душі. Тому це є vers libre – «вільний вірш» [27, с. 120]. Аналогічне розуміння верлібру запропонував І. Кошелівець: верлібр – «вірш, що не вкладається в будь-яку метричну систему і являє собою суміш різних метрів навіть в одному рядку» [13, с. 117]. Можна розширити це трактування до діалектичної «синонімічності та антонімічності» віршових періодів у цілому творі, що дозволяє ставити й розв'язувати суперечності між несумісними речами. Таке розуміння природи вільного вірша дає підстави визначати його як «систему систем».

І тому не варто різко протиставляти вільний вірш метричному й надавати їм, як роблять деякі дослідники, визначники «вірш **розкріпачений**» (відсутністю метру, рими, строфіки) та «вірш **закріпачений**» (їх наявністю). Ці поняття є доволі відносними в науковому осмисленні феномена верлібристики, та й поезії загалом. «Розкріпачуючись», тобто звільнюючись від формотворчих чинників, вільний вірш стає чи не більш «закріпачений» – змістом, глибиною ідеї, точністю у доборі засобів її висловлення.

Висновки. Перебуваючи у центрі чи відходячи на маргінес дослідницької уваги, верлібр не втрачає свого значення як цілісний комплекс моделювання поетичних уявлень про людину і світ, заснований на синтезі специфічної версифікації, архетипних образів і сегментів авторського світобачення. Тому вільний вірш – це пошук ритму поетичної думки, яка щоразу матеріалізується у своєрідних формозмістових вимірах.

Аналіз різних моделей художнього світу, репрезентованих у вільному вірші, показує, що українська верлібристика кінця XIX – початку XXI століття, як «великої», так і «малої» форм, практично не знає «камерності». Хронотопом її є широкий простір, на який часом перетворюється навіть інтер'єр, а буття «зараз-і-тут», ознаменоване моментом мовлення персонажа, розмикається в архетипну єдність трьох часових вимірів. Сполучною ланкою всіх вільновіршів високого художнього рівня є ритм поетичної думки, заснований на синтезі молитвословного та фольклорного першоелементів.

Саме цей міметичний синтез зумовив становлення «пам'яті» верлібрового **метажанру**, який інтегрує ліричні, ліро-епічні, епічні, драматичні, фольклорні, молитвословні елементи, а також індивідуально-авторські модифікації. Таким складним метажанром вільновірш утверджувався вже на перших етапах існування, а в подальшому актуалізувався у нових тематичних, композиційних і мовних вимірах.

Таким чином, свобода віршового вислову у верлібрі – це не вияв «свободи від форми»,

а **свобода у застосуванні зображально-виражальних засобів та їх синтезу задля поглиблення змісту вірша**. Іншими словами, чи вільний вірш є першим кроком поета, чи квінтесенцією роботи зрілого майстра, – змістовний верлібр поєднує прототипи поезії із прототипами природи й культури, що і є переконливим доказом його «свободи».

Список літератури:

1. Антонич Б.-І. Велика гармонія (Модерністична поезія ХХ століття) / вст. ст. Д. Павличка. Київ: Веселка, 2003. 352 с.
2. Безпечний І. Теорія літератури. Київ: Смолоскип, 2009. 304 с.
3. Білоус М.Д. Витинанки. Чернігів: Сполом, 2007. 125 с.
4. Брайчевський М.Ю. Автор «Слова о полку Ігоревім» та культура Київської Русі. Київ: Фенікс, 2005. 552 с.
5. Бригинець О. Увага: верлібр! *Дніпро*. 1990. № 7. С. 107–111.
6. Бунчук Б. Деривати гекзаметра та «верлібр» у поезії Лесі Українки. *Літературознавчі студії*. Київ: ВПЦ «Київ. ун-т», 2015. Вип. 45. С. 29–41.
7. Гагара В. Василь Голобородько – майстер некласичних віршових форм: віршознавчий аспект. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика*. 2023. Т. 2, вип. 34. С. 21–24.
8. Загул Д.Ю. Поетика. Київ: Вид-во «Спілка», 1923. 144 с.
9. Ільницький М.М. На перехрестях віку: у 3-х кн. Кн. 1. Київ: Видавн. дім «Києво-Могилянська Академія», 2008. 840 с.
10. Калинець І.О. Студії над «Словом о полку Ігоревім». Львів: Місіонер, 1999. 144 с.
11. Костенко Н.В. Поетика Павла Тичини: особливості віршування. Київ: Вид-во при КДУ ім. Т.Г. Шевченка «Вища школа», 1982. 254 с.
12. Костенко Н.В. Українське віршування ХХ ст.: навч. посібник. Київ: ВПЦ «Київ. ун-т», 2006. 287 с.
13. Кошелівець І. Нариси з теорії літератури. Вип. 1: Вірш. Мюнхен, 1954. 131 с.
14. Мацько В.П., Циц Г.А. Верлібр як нетрадиційна форма вірша: поетика і проблематика (за збіркою «Лугини» Тадея Карабовича). *Філологічний дискурс.* 2019. Вип. 9. С. 130–137.
15. Мойсієнко А.К. Традиції модерну і модерн традицій. Кн. 1. Київ-Ужгород: ВАТ «Патент», 2001. 80 с.
16. Моклиця М.П. Вступ до літературознавства. Тернопіль: Підручники & посібники, 2011. 467 с.
17. Науменко Н.В. Серпантинні дороги поезії: природа та тенденції розвитку українського верлібру: монографія. Київ: Видавництво «Сталь», 2010. 518 с.
18. Огієнко І. (Митрополит Іларіон). Слово про Ігорів похід. Київ: НВЦ «Наша культура і освіта», 2005. 316 с.
19. Семенюк Г.Ф., Гуляк А.Б., Бондарева О.Є. Версифікація: Теорія і практика віршування: навч. посібник. Київ: ВПЦ «Київ. ун-т», 2008. 303 с.
20. Сидоренко Г.К. Від класичних нормативів до верлібру. Київ: Вища школа, 1980. 184 с.
21. Тичина П.Г. В серці у моїм… Вірші та поеми: Із недрукованого та призабутого. Київ: Вид-во худ. літератури «Дніпро», 1971. 304 с.
22. Ткаченко А.О. Мистецтво слова (Основи літературознавства). Київ: Ліра-К, 2025. 472 с.
23. Франко І.Я. Вольні вірші. *Зібрання творів: у 50-ти т*. Т. 3: Віршові твори. Київ: Наук. думка, 1976. С. 271–273.
24. Франко І.Я. Із секретів поетичної творчості. *Зібрання творів: у 50-ти т*. Т. 31: Літературно-критичні праці. Київ: Наук. думка, 1980. С. 45–119.
25. Хвильовий М.Г. Твори: в 2-х т. Т. 2: Прозові твори. Незавершені твори. Памфлети. Київ: Дніпро, 1991. 892 с.
26. Чубачівна О. Вдячність деревам. Київ: Рад. письменник, 1991. 90 с.
27. Якубський Б. Наука віршування. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2007. 168 с.
28. Czerny, Z. Le vers libre français et son art structural. *Poetics. Poetyka. Поэтика*. Warszawa : PWN, 1961.
29. Okopień-Sławińska, A. Pomysły do teorii wiersza współczeznego. *Styl i kompozycja*. Wrocław – Warszawa – Kraków: Zakład Narodowy Imienia Ossolińskich, 1965. S. 167–188.
30. Todorov, Tz. La notion de littérature et autres essais. Paris: Édition du Seuil, 1987. 170 p.

Naumenko N. V. TERMINOLOGICAL CONCEPT SPHERE TO COMPREHEND THE NATURE AND DEVELOPMENT TRENDS OF UKRAINIAN FREE VERSE

The author of this article made an attempt to generalize on the theoretical concepts connected with free verse emergence and development in Ukraine. Decidedly, no researcher would set the creation of the authoritative free verse theory as the main activity task; regarding the potentials of the free verse in displaying the course of a poet's thoughts and soul movements, as well as the specifications of its generic and stylistic means, it is quite hard to show its diversity in a single theory. However, it would be realistic to harmonize various scientific concepts in studying Ukrainian vers libre; thenceforth, it allowed indicating that the free verse is a phenomenon to be studied with almost all literary critical, art critical, folkloric and philosophical terminology involved. The genre and the style as the system of interconnected specific traits to be revealed in the free verse are defined as the key unifying factors in this article.

The profound studies of the free verse as the special generic and stylistic conglomerate made it possible to state the following: the absence of rhyme and clear meter, the repeating units change and the refusal of "pathetic" poetic lexicon can scarcely be determined as the intrinsic features of the free verse, since they would be found in the poetic works of different genres and prosodic systems. Hence the author of this article tends to confirm the free verse as not simply genre but metagenre, in other words – the system that is able to integrate the canonic lyrical (song, ode, dithyramb, elegy, miniature), lyro-epic (long poem, ballad), epic (sketch, etude, zuihitsu, short story, novella, lyrical fragment, chronicle-shaped narrative), dramatic and musical-dramatic (mystery, morality, Vertep Christmas drama, opera libretto), folklore (fairy tale, riddle, sorcery, lament), religious lyrics (prayer, canto, oratorio, psalm) and addressee (lyrical letter, epistle, diary) genres.

Key words: *Ukrainian poetry, free verse, genre, metagenre, style, language, versification.*

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

УДК 070.16:004.738.5(049.1)
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/25

Благовірна Н. Б.
Волинський національний університет імені Лесі Українки

Кошелюк О. В.
Волинський національний університет імені Лесі Українки

МОБІЛЬНІ ЗАСТОСУНКИ СПОВІЩЕНЬ ПРО ПОВІТРЯНІ ТРИВОГИ ЯК НОВИЙ ТРЕНД КРИЗОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ

Стаття присвячена аналізу технологічних, функціональних та змістових особливостей мобільних застосунків критичних сповіщень про повітряні тривоги. Здійснено спробу теоретичного осмислення цього унікального феномену як нового та ще невивченого способу взаємодії з аудиторією, зокрема і в контексті організаційної та галузевої проблематики соціальних комунікацій та їх результативності у донесенні достовірної інформації в кризових умовах. Доведено, що вони стали однією із найефективніших форм поширення новин на основі перевірених фактів в умовах війни, проаналізовано їх вирішальну роль у протидії дезінформації, визначено внесок у формування щоденної навички медіаграмотності української спільноти. Простежено особливості розгортання змістового потенціалу цифрових сповіщень про повітряні тривоги за рахунок перепрофілювання чи адаптації контенту для різних цифрових комунікаційних платформ, у тому числі поширення згенерованих статистичних даних та візуалізацій карт професійними медіа. Доведено, що мобільні застосунки критичних сповіщень підтримують культуру співучасті, як на горизонтальному, так і на вертикальному рівнях. Досліджено способи їх взаємодії з аудиторією, форми посилення залученості користувачів. Виявлено можливість розробників мобільних застосунків сповіщень про повітряні тривоги за допомогою зворотного зв'язку з аудиторію формувати уявлення про запити та потреби користувачів, покращувати персоналізовану адаптивність на основі здобутого розуміння, тестувати нові функції. Акцентується на формуванні сюжетних фактологічних ліній війни за посередництвом мобільних застосунків критичних сповіщень та їх розповсюдження в цифровому інформаційному просторі. Окреслено їх внесок у посилення взаємодії користувачів України та цифрових діаспор емігрантів. Виявлено їх вплив на розбудову технологічної екосистеми цифрових комунікаційних платформ сповіщень та оперативного реагування на загрози в екстрених умовах в режимі реального часу та становлення корпусу достовірних ресурсів інформації. Мобільні застосунки сповіщень про повітряні тривоги визнано новим трендом інформаційно-комунікаційної сфери України в часі війни.

Ключові слова: *мобільні застосунки сповіщень про повітряні тривоги, кризові комунікації, цифрові комунікаційні платформи, інформування в реальному часі, екстрене реагування, факти, протидія дезінформації, медіаграмотність, точність інформації, мобільна публікація новин, екосистема мобільних медій, мобільні технології під час війни, культура співучасті, цифрові діаспори.*

Постановка проблеми. Повномасштабне вторгнення Росії на територію України стало потужною контекстуальною змінною створення, верифікації та поширення новин як на території України, так і поза її межами, спровокувало фундаментальні зміни колективного мислення про усвідомлення катастрофічної загрози поширення дезінформації у сфері публічної комунікації та потреби мінімізувати її наслідки та мету – спровокувати паніку, масштаби якої здатні були не

лише дестабілізувати державу, а й світовий демократичний порядок, чи навіть призвести до втрати суб'єктності України. Це вивело на потребу пошуку ефективних інструментів та форм донесення офіційних новин в умовах війни, як до кожного громадянина, так і забезпечення доступу до перевіреної інформації незалежних мас-медійних організацій, громадянських журналістів.

Уже сформоване розуміння ролі медій та суспільних наслідків їхньої діяльності після анексії Криму та проголошення т. зв. Луганської і Донецької «народних республік» у 2014 р. сприяло швидкій адаптації інформаційно-комунікаційної сфери України до кризових вимог війни, визначило миттєвість форм реагування, вплинуло на динаміку та інтенсивність новинного контенту, зумовило інноваційність інструментів ширення новин на основі достовірних фактів під час повномасштабного вторгнення Росії на територію України у 2022 р. Водночас усередині країни активізувалися дискусії про прийнятні форми взаємодії офіційних державних ресурсів, незалежних мас-медій та громадських активістів у кризових умовах з огляду на посилену потребу контролю у поширенні верифікованої інформації з першоджерел, орієнтованих на різні соціальні групи та вікові аудиторії, забезпечення ефективних каналів швидкого доступу до перевіреної інформації всіма цільовими групами й водночас збереження балансу між протидією дезінформації, спрямованої проти України як держави, та невтручанням уряду в інші аспекти інформаційної діяльності журналістів.

Розуміння відсутності універсальної відповіді на всі інформаційні загрози сприяло пошуку результативних практик реагування на основі фактів на різних платформах. Критичність ситуації потребувала комплексних рішень, орієнтованих на глибинне розуміння інформаційно-комунікаційних потреб та небезпек спільноти в кризових умовах війни, синергії і залучення досвіду державних органів та інституцій громадянського суспільства. Важливою складовою взаємодії з аудиторією стали цифрові новини. Дослідження вказували на те, що одним із найпопулярніших способів донесення цифрових новин в Україні стала мобільна платформа. Онлайн-аудиторії демонстрували сформовані практики споживання новин за посередництвом мобільних сайтів і/або додатків, соціальних мереж, чим закріпили їх виробництво та дистрибуцію медіа-організаціями. На момент повномасштабного вторгнення Росії більшість українських професійних медіа-організацій розвинули мобільну публікацію журналістських новин на веб-сайтах, мобільних додатках, кросплатформних гібридних розробках. Технологічна конвергенція мобільних пристроїв і мультимедіа забезпечила миттєву доступність новин у будь-який час, будь-де. В умовах війни швидкість поширення новин стала ще більше критично важливою, зокрема виявивши потребу сформувати якісну систему оповіщення про загрозу авіаударів і ракетних атак у режимі реального часу, оскільки вулична система сирен була недостатньо дієвою. Для оперативного реагування на загрози в екстрених умовах упродовж одного дня в Україні було впроваджено мобільний застосунок «Повітряна тривога» (лютий 2022 р.), в який уже невдовзі було доєднано інтерактивну «Офіційну карту повітряних тривог України» (травень 2022 р., map.ukrainealarm.com).

Критична потреба у швидкому зростанні соціальних взаємодій з інтегрованими у цифровий інформаційний простір системами оповіщень виявилась у розробленні сфокусованого на оптимізації форми представлення фактів та інтуїтивно зрозумілого сервісу – «Мапа тривог» (alerts.in.ua) – онлайн візуалізацій повітряних тривог та інших загроз на карті України. Першопочатково запущений як чат-бот «Львівська сирена» у Twitter (початок березня 2022 р.), проєкт отримав еволюційний поштовх розширення функцій екстрених сповіщень усіх регіонів України через синтезований доступ до джерел органів виконавчої влади України після створення офіційного Telegram-каналу «Повітряна тривога» (середина березня 2022 р.), як результат, трансформувався у сайт «Мапа повітряних тривог» (кінець березня 2022 р.), а через рік (березень 2023 р.) був доступний як мобільний застосунок для Android, ще через рік (квітень 2024 р.) – для користувачів iPhone (волонтерська ініціатива «УкрДзен»). Сервіс має доступ перегляду історії сповіщень початку повномасштабного вторгнення, вказуючи причини тривог та загроз.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичною базою дослідження стали наукові розробки провідних вітчизняних та закордонних учених та практиків: В. Шевченко [7], Д. Юровської [4], А. Захарченка [4], Р. Вербового [4], Л. Гітельман (Lisa Gitelman, 2006) [10], Е.-Д. Лопеса (Emilio Doménech López's, 2023) [13], сфокусовані на проблематиці кросмедійних та конвергентних медій; М. Гергеса та А. Елгалба (Maher Gerges, Ahmed Elgalb, 2024) [9], дослідження яких є спробою комплексного порівняльного аналізу варіатив-

ності технологічних рішень у розробленні мобільних додатків; А.-П. Мейдіна, А. Мурфі (Aulia Putri Meidina, Alrafki Murfi, 2024) [14], які підсумовують досвід інформаційно-комунікаційної стратегії індонезійського мобільного додатку та веб-сайту реагування задля пом'якшення наслідків екологічної катастрофи. Розвідка збагачена спробами наукового осмислення викликів, пов'язаних із використанням алгоритмів генеративного штучного інтелекту [8; 11]; поширенням дезінформації [15] та власними напрацюваннями дослідників, покликаними системно розвивати навички медіаграмотності [3; 12].

Поширення мобільних застосунків, зростання значення та популярності цієї форми репрезентації фактів серед цільових аудиторій під час війни зумовили потребу теоретичного осмислення цього унікального феномену як нового та ще невивченого способу взаємодії з аудиторією, зокрема і в контексті організаційної та галузевої проблематики соціальних комунікацій та їх потенціалу донесення достовірної інформації в кризових умовах війни.

Постановка завдання. Відтак мета розвідки полягає у спробі визначити значний вплив мобільних застосунків на зміну форм споживання новин у контексті кількох ключових елементів – функціональних особливостей найпопулярніших мобільних застосунків України в часі війни – «Повітряна тривога» з інтегрованою «Офіційною картою повітряних тривог України» та «Мапа тривог» та особливостей їх цифрової взаємодії з користувачем. Водночас підкреслити їх роль у розбудові технологічної екосистеми мобільних медій та достовірних ресурсів інформації України в часі війни через інтеграцію соціальних мереж, веб-сайтів та інших додатків. Окреслити їх внесок у формування щоденної навички медіаграмотності української спільноти.

Виклад основного матеріалу. Впровадження мобільних застосунків сповіщень про початок та завершення повітряних тривог стало важливим рішенням сфери комунікацій та зв'язків з громадськістю з огляду на суспільну цінність. Ініціатором розроблення застосунку «Повітряна тривога» була українська компанія «Stfalcon», технічно реалізувала проєкт компанія «Ajax Systems». Запуск відбувався за підтримки Міністерства цифрової трансформації України. Доступний на IOS, Android, Huawei протягом наступного дня після запуску додаток здобув першість у сегменті новин українського AppStore. На початку березня 2022 р. його завантажили понад 2 млн користувачів, у квітні 2022 р. – 5 млн. Динаміка охоплення аудиторії протягом року невпинно зростала: станом на квітень 2023 р. додаток охопив понад 11 млн користувачів, на початку 2024 р. – 26 млн. Уже в березні застосунок інтегрував дані офіційних ресурсів обласних державних адміністрацій усіх 24 областей України. Одночасно масштабував свою присутність у цифровому інформаційному просторі, скеровуючи до офіційних телеграм-каналів голів регіональних облдержадміністрацій, сторінки «Повітряна тривога» в соціальній мережі Instagram та запустив офіційний Telegram-канал «Повітряна тривога». Реагуючи на запит користувачів, команда «NIX» розробила програму для ОС Windows, функціонал якої відображав структуру мобільного застосунку та забезпечив можливість використовувати її на комп'ютері, ноутбуці, а також у навчальних закладах, торгових центрах, установах, які мають власну систему оповіщення. Максимальна охопленість цифрових платформ зумовлена орієнтованістю на різні цільові аудиторії. Від початків додаток «Повітряна тривога» був створений як альтернатива оперативного інформування, надаючи критичні сповіщення задля посилення безпекових умов громадян, особливо вночі, минаючи активований режим телефону «не турбувати». Однак уже невдовзі стало очевидно, що цей тип медіа допоміг сформувати унікальну систему оперативного інформування про всі типи небезпек, водночас ефективно масштабуючи технологічну екосистему верифікованих мобільних новин.

Функціональне призначення та адресність мобільних застосунків визначили характер та структуру їх новинних блоків, ідеологію дизайну та мовностилістичні особливості тексту. Комбінуючи засоби представлення новини (текст, звук, візуальні елементи), розгортання змісту (кольорові елементи рівня небезпеки, лаконічні текстові повідомлення, вказівка джерела інформації, піктограми виду небезпеки, можливість висловлення реакції на повідомлення через емодзі, зміна інтенсивності кольору на мапі залежно від тривалості тривоги, згодом – графіки, діаграми статистичних даних) відбувалося з огляду на функціональне призначення – інформувати про загрозу, її рівень та вид. Якісні узагальнення та обґрунтовані рекомендації враховували деструктивний вплив екстреної ситуації на психологічний стан користувача та вразливість процесу пізнання у цей момент. Структура новинних блоків змінювалася з огляду на тривалість війни, додаючи нові рівні сегментації тематики та змісту, орієнтованих на різні цільові аудиторії.

Мобільні застосунки «Повітряна тривога», «Офіційна карта повітряних тривог», «Мапа тривог» підтримували і розвивали культуру співучасті на горизонтальному та вертикальному рівнях. Уже сама мета (зберегти життя громадян) стала тією цінністю, довкола якої об'єднувалися різні професійні групи громадськості. Це виявилося зокрема у соціальному партнерстві урядових та різногалузевих комерційних структур (ІТ-розробників, операторів мобільного зв'язку, професійних та громадянських журналістів), що зокрема сприяло системному збільшенню взаємодій через запуск нових ініціатив на різних цифрових майданчиках, які популяризували один одного. Так, поштовх до запуску сервісу візуалізацій «Мапи тривог» (alerts.in.ua) дав офіційний Telegram-канал «Повітряна тривога», представивши офіційні джерела інформації всіх регіонів України. Натомість блискавична популярність сервісу «Мапи тривог» мотивувала інтегрувати офіційну карту тривог в окреме меню застосунку «Повітряна тривога» (її розробила компанія-ініціатор «Stfalcon»).

Інтерактивність сервісу «Мапа тривог» розширила потенціал корисної дії генерованого контенту: його використовували не лише для моніторингу безпекової ситуації в країні та у своєму регіоні, а й для ілюстрування оголошених тривог, їх сумарної тривалості чи тривалості впродовж певного періоду, інтервальності та ін. Технічне завдання сервісу (візуалізації, сформовані на основі перевірених фактів з офіційних джерел) узгоджувалося із фундаментальними принципами створення новин відповідно до стандартів журналістики й концептуально стали складовою журналістики даних. Це зумовило їх швидку інтеграцію в медіа-наративи та публічну комунікацію, інфопотоки яких розвивати «сюжетні лінії» війни. Експортовані зображення «Мапи тривог» активно поширювали провідні медіа-холдинги країни («Суспільне», «УНІАН», «Українське радіо», «Новий канал», «Факти ICTV», «Вікна ТВ», «СТБ», «Еспресо», «Українська правда», «Главком», «24 канал», «Громадське «ТСН»») та державні структури (Центр протидії дезінформації при РНБО України, Верховна Рада України, Хмельницька ОВА та ін.). Колаборація сервісу «Мапа тривог» із мобільним застосунком «єТривога» (розробник – Вадим Клименко) дозволила збагатити візуалізації результатами моніторингу повідомлень авторитетних медіа-організацій про вибухи та проведення розмінувань. Одним із унікальних оновлень «Мапи тривог» після перенесення війни на територію Курської області РФ стала включеність оголошених тривог в Курській, Воронезькій, Бєлгородській областях Росії. Це виводить на розуміння того, що застосунок не лише сприяв дієвій протидії радикально агресивній формі дезінформації з боку країни-агресорки та її союзників-сателітів, а й увиразнив здатність мобільних застосунків сповіщень розвивати стратегічний потенціал медіа-контенту.

Поступово цифрові партнерства мобільних застосунків сповіщень про тривоги збільшувались. Як через корисні посилання (зокрема на прикладі «Повітряна тривога») на інші спеціалізовані нативні додатки: «TacticMedAid» (додаток покликаний формувати компетентності першої домедичної допомоги), «LifesaverSim» (ігровий симулятор для тренування навичок такмеду через застосунок «Дія»); сайти соціальної підтримки: «Прихисток» (допомога під час евакуації та компенсації для власників житла, які надали прихисток), «Допомагай» (надання тимчасового житла в безпечних містах України та за кордоном); екстрені чат-боти, «які рятують життя»: «UkraineShelterStFalconBot» (призначений для пошуку найближчого укриття за геолокацією користувача), «WhatsApp-бот ДНС» (інформує про надзвичайні ситуації небезпек повеней, підтоплень, снігопадів, ожеледиці, шквального вітру та скеровує до пунктів допомоги); так і через розширення охопленості джерел інформації (на прикладі «Мапа тривог»): офіційні Telegram-канали ОВА, міськрад, громад, медіа «Суспільне». Поступово окреслюється все більша орієнтованість на сегментовану аудиторію (так застосунок «Повітряна тривога», публікуючи контент у рубриці «Аптека психологічної самодопомоги», розмежовує його адресність на різні цільові аудиторії – для дорослих, дітей та ветеранів) та розгалуження цілей: не лише екстрено інформувати про загрози, а й враховувати потенційні запити цивільного населення в умовах мінливого безпекового середовища, формувати компетентності самодопомоги та самоорганізації й врешті полегшувати доступ до систем екстреної допомоги. Враховуючи той факт, що комунікативні можливості мобільних технологій неодноразово використовувалися країною-агресоркою задля залякування населення (зокрема через розсилання sms-повідомлень, деструктивний зміст яких посилював зумисне обраний час, який фоново знижував процес пізнання та рівень критичного сприйняття через, приміром, погіршення погодних умов), то закріплення систематичної практики медіаспоживання екстрених повідомлень за посередництвом мобільних застосунків сповіщень, побудованих на

фактах з офіційних та перевірених джерелах, підвищувало ситуаційну обізнаність користувачів та посилювало їхню здатність ухвалювати осмислені рішення в екстрених умовах, мимоволі тренуючи медіаграмотність як щоденну навичку, адже перетворювало щоденне засвоєння інформації у сталі знання, яке базується не на одному спостереженні, а на їх сукупній цілісності. Тож застосунки сповіщень варто розглядати і як новий феномен сегменту мобільної публікації новин та журналістики даних, що не лише дозволяє ефективно взаємодіяти в кризових умовах, комунікувати фактами і діями, а й є не менш впливовим в контексті формування громадської думки, «кола своїх» та підтримування довіри.

У пошуку дієвого і чіткого алгоритму інформування обидва застосунки активно співдіяли із користувачами, розвиваючи культуру участі горизонтально. Від початку ретельно відстежуючи зауваження користувачів у всіх цифрових версіях, сервіси збагачували функціонал та еволюціонували із кожною новою версією. Так, застосунок «Повітряна тривога» вже у березні 2022 р. передбачив розподіл регіонів на райони та територіальні громади, що посилило безпекові умови відповідно до місця проживання. Психологічна втома користувачів була врахована у версії 2.2 з доданою можливістю налаштувань гучності звуку оповіщення та варіативності звуку тривоги на відбій. Версія 3.0 доповнена опцією сповіщень про вуличні бої та загрозу артобстрілу, вказівкою типу небезпеки. Зростання рівня загроз протягом війни визначило необхідність у серпні 2022 р. встановити сповіщення про хімічну загрозу та радіаційну небезпеку. У випадку оголошення цих видів загроз застосунок формував короткі інструкції Державної служби України з надзвичайних ситуацій рекомендованих дій громадян.

Розгалужені форми взаємодії з користувачами застосовує команда мобільного застосунку «Мапа тривог». Блог (blog.alert.in.ua) транслює інформаційні блоки, які фіксують оновлений функціонал, виправлення недоліків, надають пояснення методології обрахунку даних графіків та діаграм, обґрунтовують вибірку статистичних показників та ін. Ефективним майданчиком комунікації застосунку є Telegram-канал відповідей на запитання користувачів alert.in.ua, де оприлюднюються новини, цікаві факти, комплексна інфографіка, аналізуються проблеми, проходять опитування, збори коштів та ін. Ці та інші цифрові практики представлення контексту стають все більше чутливими до змін безпекового середовища, експериментують, залучаючи інструменти агрегатів контенту та розвивають свою присутність у цифровому інформаційному просторі.

Інтегрованість алгоритмів штучного інтелекту використовується для автоматизації завдань збору та систематизації даних, їх відображення на мапі, перетворення тексту в зображення, зокрема візуалізації статистичних даних та ін. Це дозволяє оптимізувати навантаження та забезпечити безперервність (можливість оновлення даних доступна в режимі реального часу з інтервалом у 15 секунд). Контент може бути згенерований відповідно до різних користувацьких запитів: доступна мапа з усіма функціями (для користувачів, які прагнуть отримувати максимально інформативне зображення), спрощена мапа (для користувачів, в яких виникають проблеми з продуктивністю основної версії), суперспрощена мапа (зі схематичною візуалізацією для роботи в будь-яких умовах), мапа для Smart TV та інформаційних стендів та ін. Відповідно до показників платформної залученості «Мапи тривог» першість здобула мобільна публікація новин – 89% користувачів, лише 10% переглядають контент з комп'ютера, 1% – на планшетах. Оперативна доступність, оновлення в режимі реального часу, гнучкість і адаптивність мобільних технологій усе більше підвищують конкурентність цифрового новинного сегменту інформаційного простору та впливають на збільшення споживання мобільних публікацій новин.

Політика модерації контенту спрямована на коректний аналіз моніторингу збору і відображення даних штучним інтелектом та компетентне реагування та внесення змін, завдяки яким надалі підвищуватиметься рівень коректності зчитування даних і автономності штучного інтелекту. Так, ситуативні проблеми зі своєчасним відображенням даних через орфографічні помилки в тексті новини, які завадили алгоритму ШІ розпізнати ключове слово, чи через несвоєчасне оновлення на карті перейменованих міст та ін., нівелювалися через швидке реагування модераторів, що мінімізували незручності для користувачів. Розуміння необхідності дистиляції фактів (залучення офіційних джерел, верифікація інформації, наданої користувачами, аналіз точності збору та відображення даних алгоритмами), орієнтованість на запити користувацької аудиторії, соціальна спрямованість діяльності – ці та інші ознаки все більше зближують інформаційно-комунікаційні практики мобільних застосунків сповіщень з традиційними журналістськими практиками, посилюють довіру до них та визначають соціальну згуртова-

ність спільноти користувачів довкола новітнього тренду.

Забезпечивши доступність контенту іншими мовами («Повітряна тривога» – англійською, «Мапа тривог» – кримськотатарською, англійською, польською, японською, німецькою), застосунки сповіщень об'єднали довкола себе цифрові діаспори емігрантів, які отримали змогу прицільно моніторити регіональну ситуацію з рідних місць, стали інструментом демонстрації солідарності з окупованими територіями України. Це збільшило відсоток конверсій користувачів з України, Польщі, Німеччини, США, Великої Британії, Нідерландів, Франції, Чехії, Румунії, Італії. У грудні 2022 р. застосунок «Повітряна тривога» використав інструмент вірусного маркетингу офіційної фандрайзингової платформи України – United24 (u24.gov.ua), залучивши до озвучення англомовних повідомлень актора М. Гемілла (відомого за роллю Люка Скайвокера в кіносазі «Зоряні війни»), одного з амбасадорів ініціативи United24, що стало ефективним інструментом посилення відчуття глобальної солідарності користувачів.

Контент застосунка вагомо впливає на формування суспільного розуміння ситуації в країні, скеровує громадськість до осмислення подій на основі фактів. Застосунок щораз більше розвиває взаємодію в межах цифрової мас-медійної екосистеми, підтримуючи та зміцнюючи довіру в кризових умовах невизначеності. Зокрема, використовуючи професійні медіа-організації як джерело збору інформації, застосунок «Мапа тривог» відображає дані про вибухи, згенеровані єТривога. Розвиваючи культуру участі, розробники «Мапи тривог» у 2023 р. додали можливість для користувачів «Запропонувати новину»: повідомити, «що саме сталося в момент, коли було чутно вибухи» [6], але її відображення на карті відбудеться лише після верифікації на основі офіційного підтвердження чи з огляду на її оприлюднення у кількох медійних ресурсах [1]. «Як і будь-яка система, яка використовує ШІ, можуть бути помилки та неточності, але ми активно працюємо над вдосконаленням» [5], – зазначили розробники, тестуючи нову функцію – відображення причин тривог (іконка на мапі і детальний опис, який активується під час наведення мишки на іконку). Однак верифікація, компетентне реагування та внесення змін забезпечують збереження точності фактів і довіри до сповіщень.

Включеність новин мобільних застосунків у структуру медіа-контенту, зростання їх частки в загальному потоці новин професійних медіа-організацій та громадянських журналістів виводить на потребу осмислення унікальної взаємодії в межах технологічної екосистеми медій в часі війни. В цьому контексті варто окреслити і нові аспекти галузевої проблематики журналістики. Глобальна цифровізація медіа-простору, швидкий розвиток новітніх технологій, невпинне урізноманітнення комунікативних просторів взаємодій з цільовими аудиторіями зумовили нові виклики перед традиційними журналістськими практиками пошуку, створення, перевірки та поширення новинного контенту. Конвергентність інформаційного простору створила нову медіа-реальність, де все більших трансформаційних змін зазнав як сам процес регулювання та зберігання контролю над інформаційними потоками, так і загалом культури медіа-споживання. Конкурентність ще більше посилюється з огляду на те, що мобільні застосунки все активніше стають щоденною практикою громадян України. Увібравши можливості швидкої журналістики і цифрової культури, в умовах війни вони закріпили свою пріоритетність, стали не лише дієвим способом збереження життя громадян, а й щораз більше розвивають свій новинний потенціал.

Результативність і доречність новинного контенту мобільних застосунків стає ще більш усвідомленою в порівнянні з іншими екстреними формами організації українського інформаційного простору, сфокусованими на поширенні новин в часі війни в Україні, зокрема телемарафону «Єдині новини». Так, з першого дня війни Міністерство культури та інформаційної політики України ініціювало та запровадило цілодобову загальноукраїнську трансляцію новин, до створення та дистрибуції яких залучили шість медіа-груп, серед яких державні, суспільні та приватні телевізійні мовники. Телемарафон був покликаний інформувати про ситуацію в Україні після введення воєнного стану, діяльність державних органів. Він став унікальним та концептуальним рішенням зокрема і протидії дезінформації, деструктивним інформаційним кампаніям РФ, запобіганню спробам маніпулювати громадською думкою та ширенню паніки. На початку війни феномен поширення єдиних новин через аналіз свідків, експертів, посадових осіб, журналістів, інтерпретованих для широкого загалу, став одним із результативних способів донесення достовірних фактів до певних соціальних груп. Медіа-дослідники характеризували його, як «блискучу ідею, що врятувала укра-

їнський медіапростір», «найбільший феномен українського телебачення 2022 року», «інформаційну протиповітряну оборону в цивілізаційній війні», який «відіграв свою визначну роль у збереженні української державності у лютому-березні, коли загроза була найбільшою, а інформаційна атака на Україну найпотужнішою» [2]. Однак уже в кінці 2022 р. телемарафон викликав занепокоєння, «що ця екстрена, тимчасова форма організації українського інформаційного телепростору стане постійною й поховає розмаїття, яким були сильні українські телеканали» [2]. Натомість ефект дієвості новин мобільних застосунків не згасав упродовж трьох років війни, кількість користувачів збільшувалася, відбувалося сегментування цільових аудиторій. І що найважливіше: мобільні застосунки екстрених сповіщень давали поштовх та підтримували сталу інтенсивність розгортання фактологічних інформаційних ліній війни на різноманітних кросплатформних майданчиках професійних медіа-організацій.

Висновки. Тож, аналіз функціональних можливостей мобільних застосунків «Повітряна тривога» та «Мапа тривог», зростання соціальних взаємодій дозволяє зробити висновок про їх успішність, як з огляду на значне охоплення аудиторії, так і на швидку інтегрованість контенту у цифровий інформаційний простір та внесок у розбудову технологічної екосистеми мобільних медій та достовірних ресурсів інформації України в кризових умовах війни. Зростання значення та популярності цієї форми репрезентації фактів серед цільових аудиторій дозволяє охарактеризувати мобільні застосунки сповіщень як новий і ще недостатньо вивчений медіа-феномен, який ефективно протидіяв радикально агресивній формі дезінформації з боку країни-агресорки, дієво впливав на суспільне розуміння ситуації в країні, мотивував громадськість до осмислення дійсності на основі фактів, зміцнюючи довіру в кризових умовах невизначеності та мінливої безпекової ситуації, системно розвивав навички медіаграмотності української спільноти.

Список літератури:

1. Відповіді на запитання alert.in.ua : Telegram-канал. 2025. 7 лютого. URL: https://t.me/alerts_in_ua_faq/669

2. Довженко Отар. Диво, що затягнулося. Телемарафон «Єдині новини» у 2022 році. *Детектор медіа.* 2022. 28 грудня. URL: https://surl.li/uhtglx

3. Кошелюк О., Благовірна Н., Рожило М. В епоху цифрових комунікацій: нові візії медіаредакторства. *Поліграфія і видавнича справа.* 2021. № 1(81). С. 89–99.

4. Кросмедіа: контент, технології, перспективи: колективна моногр. / за заг. ред. В. Е. Шевченко; Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. Київ, 2017. 234 с. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/mono/cross.pdf

5. Новини проєкту alert.in.ua : Telegram-канал. 2023. 19 липня. URL: https://t.me/alerts_in_ua/156

6. Новини проєкту alert.in.ua : Telegram-канал. 2023. 26 вересня. URL: https://t.me/alerts_in_ua/167

7. Шевченко, В. Є. Журналістика даних та візуалізація // Підручник з крос-медіа. Bonn, Sibiu : Schiller Publishing House, 2015. С. 92–98.

8. Chandra, Bilva. Analyzing Harms from AI-Generated Images and Safeguarding Online Authenticity. *RAND*. 2024. Mar 13. https://www.rand.org/pubs/perspectives/PEA3131-1.html.

9. Gerges, M. & Elgalb, A. Comprehensive Comparative Analysis of Mobile Apps Development Approaches. *Journal of Artificial Intelligence General Science (JAIGS).* 2024. 6 (1). P. 430–437. https://doi.org/10.60087/jaigs.v6i1.269.

10. Gitelman, Lisa. Always already new: Media, history, and the data of culture. Cambridge, MA : The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 2006. 200 p.

11. Helmus, Todd C. Chandra, Bilva. Generative Artificial Intelligence Threats to Information Integrity and Potential Policy Responses. *RAND.* 2024. Apr 16. https://www.rand.org/pubs/perspectives/PEA3089-1.html.

12. Kosheliuk O., Shulska N., Blahovirna N. Let's go virtual… How digital communications affect youth media literacy education in high school: the Ukrainian experience. *Media literacy and academic research.* 2021. Vol. 4. № 2. Pp. 187–204 (WEB OF SCIENCE). URL: https://www.mlar.sk/wp-content/uploads/2021/12/11_Kosheliuk.pdf

13. López, Emilio Doménech. «From gaming to journalism» – Twitch's benefits for journalists : Key points from's session at the News Impact Summit: The Future of Editorial. *The Fix.* 2023. January 13. URL: https://surl.li/yiwzfo

14. Meidina, Aulia Putri. Murfi, Alrafki. Environmental communication and disaster mitigation by mobile application and website. *Jurnal Kajian Komunikasi.* 2024. V. 12. n. 1. P. 60–79. https://doi.org/10.24198/jkk.v12i1.53996.

15. Treyger, Elina. Williams, Heather J. Matthews, Luke J. Holynska, Khrystyna. Matveyenko, Joseph. Cunningham, Daniel. Goode, Thomas. Migacheva, Katya. Hate and Dehumanization in Russia's Narrative on Ukraine. *RAND.* 2025. Feb 6. https://www.rand.org/pubs/research_briefs/RBA3450-1.html.

Blahovirna N. B., Kosheliuk O. V. MOBILE APPS FOR AIR ALERT NOTIFICATIONS AS A NEW TREND IN COUNTERACTING DISINFORMATION

The article is dedicated to analyzing the technological, functional, and content-related features of mobile apps for critical air alert notifications. An attempt is made to theoretically conceptualize this unique phenomenon as a new and yet unexplored way of audience interaction, particularly in the context of organizational and sectoral issues of social communication and their potential for delivering reliable information in crisis situations, especially during wartime. It is demonstrated that these apps have become one of the most effective forms of spreading fact-checked news in wartime conditions. Their crucial role in combating disinformation is analyzed, along with their contribution to fostering the daily media literacy skills of the Ukrainian community. The study tracks the development of the content potential of digital air alert notifications through content repurposing or adaptation for various platforms in the digital information space. It is proven that mobile apps for critical notifications support a culture of participation at both horizontal and vertical levels. The article examines ways these apps interact with the audience and the forms of increasing user engagement. Through audience feedback, it has been identified that mobile app developers can shape user demands, improve personalized adaptability based on this understanding, and test new features. The article tracks the creation of narrative factual lines of the war, initiated by the content of mobile apps for critical notifications in the information space. It outlines their contribution to enhancing interaction between users in Ukraine and digital diasporas of emigrants. The influence of these apps on the development of the technological ecosystem of official notifications and rapid response to threats in emergency conditions, as well as the overall digital news landscape, is also explored. Mobile apps for air alert notifications are defined as a new phenomenon and trend in the information-communication sphere of Ukraine during wartime.

Key words: *mobile apps for air alerts, crisis communication, digital communication platforms, real-time notifications, emergency response, facts, counteracting disinformation, media literacy, information accuracy, mobile news publication, mobile media ecosystem, mobile technology in warfare, culture of participation, digital diasporas.*

УДК 000:304:070
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/26

Конєв Д. С.
Сумський державний університет

КОНТЕНТНЕ НАПОВНЕННЯ МЕДІАПОВІДОМЛЕНЬ: ВПЛИВ НА ЦІЛЬОВУ АУДИТОРІЮ (НА ПРИКЛАДІ РЕГІОНАЛЬНОГО ОНЛАЙН-ЖУРНАЛУ «ЦУКР»)

Стаття присвячена вивченню ефективної взаємодії медіа із цільовою аудиторією, що сприяє як розвитку видання, так і обумовлює впізнаваність регіону в інформаційному середовищі та формує цілісний образ локальної спільноти. У статті визначено та виокремлено специфіку залучення цільової аудиторії локальним онлайн-виданням Сумщини «Цукр», що дозволило простежити проблемно-тематичне спрямування онлайн-журналу. Окреслено закономірності транслювання медіаповідомлень на різних інформаційних платформах та визначено дієві чинники взаємодії з цільовою аудиторією. Використаний комплекс наукових методів дозволив досягнути мету розвідки. Методи аналізу наукових джерел, узагальнення й порівняння забезпечили формулювання теоретичних засад дослідження. Емпіричне дослідження здійснене методом контент-аналізу мультимедійних продуктів журналу «Цукр». Було з'ясовано, що регіональне онлайн-видання сьогодні не лише інформує громаду, а й виходить за межі цієї громади, формуючи у суспільстві розуміння ідентичності локального географічного ландшафту та спільноти. За допомогою контент-аналізу медіапродуктів встановлено, що онлайн-журнал має свою цільову аудиторію, яка розподіляється на різні інформаційні платформи, де медіа транслює свій контент. З'ясовано, що читачі більшу цікавість виявляють до тем, які стосуються існування і розбудови громади, національної самоідентичності, пропагандистського впливу на українське суспільство. Було доведено, що частота взаємодії споживач-медіа залежить від формату журналістського матеріалу і медіаплатформи, де він поширений. Визначено, що для сайту типовими елементами є активні заголовки та світлини, які забезпечують перелінкування в межах платформи; коротке повідомлення із гіперпосиланням на повний текст на сайті та клікабельною візуалізацією типове для Telegram; лля повідомлень на Facebook характерний формат, де після заголовка подається лід повнотекстового матеріалу, а візуальний контент представлений як зображення-анкор. У статті доведено, що таке творення і просування мультимедійного продукту засвідчує здатність регіональних медіа впливати на реципієнта і налагоджувати з ним ефективну комунікацію.

Ключові слова: *локальне медіа, інформаційне середовище, медіаплатформа, медіатекст, проблемно-тематичний контент, формат медіаповідомлення, вплив на споживача.*

Постановка проблеми. Сьогоднішня соціально-правова трансформація медійного простору України, а особливо прикордонних регіонів та територій, наближених до бойових дій, обумовлена кількома чинниками, серед яких провідна роль відведена російсько-українській війні. Медіа мають супроводжувати процеси політичного, економічного, соціального, інформаційного та ін. розвитку та існування громад.

Головним завданням для залучення реципієнтів, по-перше, вважається транслювання якісного медіапродукту, по-друге, можливість споживання аудиторією створеного в різних форматах контенту в гетерогенному цифровому просторі. Така специфіка взаємодії зі споживачем вирізняє онлайн-медіа від «традиційних» і дозволяє урізноманітнити матеріал, зробити його цікавим як візуально, так і змістово, а також залучити аудиторію до тих інформаційних продуктів, які відповідають саме її споживацьким запитам.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку та тенденції змін локальних медіа є предметом досліджень, звітів та моніторингів. До розгляду науковці беруть питання специфіки та норми діяльності локальних медіа (К. Бакаєвич, І. Кошман та ін.). У фокус наукових зацікавлень українських дослідників (Є. Блінов, Л. Василик, О. Іванова, О. Мойсеєва, Н. Стеблина та ін.) потрапляють деякі аспекти існування регіональних медіа в період російсько-української війни. Дослідженню регіональних медіа Сумщини приділяють увагу В. Садівничий, А. Федорина, А. Ярова та ін., однак увага науковців здебільшого акцентується на новинних та суспільно-полі-

тичних виданнях. Моніторингові звіти експертів Інституту демократії ім. Пилипа Орлика за різні періоди 2023 року щодо роботи медіа Сумської області підтверджують, що видання в області працюють у звичному режимі, проте «фіксація традиційного ніби побуту, культурних заходів чи спортивних змагань із точки зору написання історії сучасності набувають іншого, глибшого, ніж буденний, сенсу» [9, 11]. Результати проведених досліджень однак свідчать, що лідирують теми війни, далі вже обговорюється життя громад [10]. Тож на розгляд заслуговують також і локальні журнали, тематика матеріалів яких більш орієнтована на культурно-мистецьке життя.

Постановка завдання. Мета роботи – визначити та виокремити специфіку залучення цільової аудиторії локальним онлайн-журналом Сумщини «Цукр». Мета роботи передбачає вирішення завдань: простежити контентне наповнення інформаційних платформ видання «Цукр», визначити закономірності транслювання медіаповідомлень та взаємодії з цільовою аудиторією. Об'єктом дослідження є медіапродукти видання «Цукр», представлені на різних інформаційних платформах. Предметом дослідження – особливості транслювання медіаконтенту регіональним виданням для залучення цільової аудиторії.

Для досягнення мети дослідження використано комплекс наукових методів. Сформулювати теоретичні засади дослідження дозволили методи аналізу наукових джерел, узагальнення й порівняння. Метод компаративного контент-аналізу забезпечив здійснення емпіричного дослідження.

Виклад основного матеріалу. Окреслюючи різні предметні форми взаємодії (знаки, зображення, документалізовані форми інформації тощо) у соціальній системі, В. Ільганаєва вказує на важливість розрізнення комунікаційних предметів та акцентує увагу, що «виявлення їхніх особливостей потрібні дослідникам на шляху вивчення й пошуку загальних для всіх комунікаційних способів і каналів можливостей досягнення цілей інформаційного обміну» [5, с. 20]. Таким чином, комунікація в медіа є значимою формою суспільної взаємодії, коли аудиторія не тільки споживає інформацію, а й впливає на продукування медіаконтенту. У цьому контексті регіональні медіа не лише творять стратегію розвитку локального медіаринку, а й формують потребу «у розробці нових підходів до регулювання цифрового простору, забезпечення прозорості інформаційних потоків» [8, с. 78]. Сучасне інформаційне суспільство здебільшого орієнтується на кросмедійну журналістику, що підтверджує затребуваність кросплатформінгу як дієвого способу у комунікаційних процесах. А. Досенко водночас наголошує, що «провідним нині в інформаційно-комунікаційних технологіях є явище формування мультиплатформного виробництва контенту, що має певні характеристики» [3, с. 252]. Ця тенденція обумовлює запит аудиторії на онлайн-контент, зокрема в регіонах наближених чи можливих бойових дій, яким є Сумщина. Є. Блінов також переконує, що «збереження і розвиток українських регіональних медіа як важливого елемента демократичного устрою саме в період повномасштабної війни є завданням як громадянського суспільства, так і держави» [1, с. 220]. Наприклад, досліджуючи соціальні проблеми в громаді, А. Бондарчук вказує також на тенденцію змін у проблемно-тематичному наповненні регіональних видань. До того ж науковиця зазначає, що сьогодні ці зміни обумовлені, найперше, російсько-українською війною, і найбільше прослідковуються у соціальній проблематиці. Отже, ці особливості й виклики є «важливі для розуміння загальної ситуації в регіоні» [2, с. 231]. Українські науковці, вивчаючи вплив інформації про збройне протистояння та події, з ним пов'язані, на споживача, зокрема звертають увагу, що «цифрова журналістика й соціальні мережі відіграють одну з провідних ролей у формуванні громадської думки про російсько-українську війну» [7, с. 189]. Тому досліджуючи локальні видання, слід акцентувати увагу особливо на регіональний аспект медіаповідомлень та формат взаємодії споживачів з інформацією. Важливим аспектом є розуміння особливостей транслювання суспільно важливих тем і проблем для різних цільових груп, враховуючи їхні запити. Таким чином, «коли в основі роботи місцевого масмедіа лежать чіткі, продумані та проартикульовані всім членам редакційного колективу комунікативні наміри щодо аудиторії, а застосовувані засоби спілкування, способи подачі контенту, тематика та проблематика публікацій, їхня тональність визначаються мірою ефективності щодо реалізації намірів та мотивів спілкування, – зазначають дослідники регіональної преси, – тоді відбувається місце порозуміння між виданням та його споживачами» [4, с. 10].

В умовах необхідності швидкого донесення інформації медіа часто заповнюють екстрені медіаповідомлення частково, так спочатку транслюються короткі новини, а далі викладаються розлогі медіатексти, аудіовізуальні медіапродукти. Ця особливість поширення інформації онлайн-

медіа сприяє збільшенню аудиторії споживачів і робить контент більш видимим, а «інформаційне перевантаження змушує споживачів діяти швидше, спрощуючи аналіз і знижуючи увагу до деталей» [6]. Говорячи про «технології для створення релевантного контенту, здатного не лише привертати увагу, але й забезпечувати тривалу залученість» [6] варто враховувати, що інструментами, які уможливлюють дієву взаємодію медіаспоживач в інформаційному онлайн-просторі, зокрема є гіпертекстуальність, інтерактивність та мультимедійність.

Гіпертекстуальність медіаповідомлень обумовлює системний зв'язок між окремими інформаційними одиницями через гіперпосилання в матеріалі, тим самим взаємозв'язує різні частини мультимедійного продукту в цілісну структуру. Такі посилання на різноманітні джерела надають редакціям можливість підвищити повноту й достовірність інформації, а реципієнтам – скористатися іншими інформаційними джерелами чи матеріалами видання з певної теми, а також вивчити деталі медіаповідомлення. Інтерактивність в онлайн-медіа дозволяє користувачеві активно коментувати розглянуті в матеріалах теми, обговорювати їх з іншими читачами, відсилати до актуальних події і новин. Отже, реципієнт перетворюється на співавтора, повноправного учасника процесу медіакомунікації, залученого до конструктивного діалогу, до активної взаємодії з медіа. Мультимедійність забезпечує споживачеві доступ до різних форматів матеріалів, розміщених на інформаційних платформах видання. За такого транслювання медіаконтенту споживач має можливість обирати зручний для нього формат повідомлення та медіасередовище. Ці чинники дозволяють редакції зробити матеріал більш цікавим та інформаційно наповненим, що надає онлайн-виданням переваги для залучення аудиторії та можливості для реалізації комунікативної функції.

Регіональний онлайн-журнал «Цукр» (https://cukr.city/about/) позиціонує себе як медіа про людей та речі, які роблять Суми місцем сили. Журнал з'явився 2019 р. за підтримки ГО «Місто розумних» (з 2023 р. ГО «Цукр»). Незалежне політично-нейтральне медіа про Суми окрім сайту має друковані спецвипуски журналу, інформаційно-комунікаційні платформи в Telegram, Instagram і Facebook. Сьогодні діяльність організації «Цукр» здебільшого зосереджена на медійній складовій, її роботу фінансують самі читачі «Цукру», міжнародні донори, а також місцеві бізнеси. Унікальність регіонального видання в тому, що воно має «Клуб Цукру», підписники якого споживають платний контент та просувають політику краундфандингу. Учасники «Клубу» отримують також різноманітні бонуси: закритий чат із редакцією, закриті зустрічі, знижки на мерч та друковану продукцію, знижки на рекламу тощо.

Основною платформою поширення медіаповідомлень журналу «Цукр» є сайт. Команда журналістів також адаптує авторський контент для різних соціальних медіа (Telegram, Instagram, Facebook), де видання має профілі чи сторінки. Кожна із інформаційних платформ вирізняється специфікою поширення медіапродуктів та комунікацією з цільовою аудиторією. Проблемно-тематичний контент матеріалів орієнтований на просування цінностей, важливих для покращення міста, зокрема медійники пишуть про підтримку й розвиток місцевого бізнесу, формування якісної освіти в регіоні, активну громадянську позицію, розбудову місцевого самоврядування, особливо нині в умовах російсько-української війни.

У дослідженні представимо специфіку тематики медіапродуктів онлайн-видання та формати їх поширення в гетерогенному інформаційному ландшафті задля активної взаємодії з цільовою аудиторією. Для моніторингу відібрано усі матеріали рубрики «Тексти», оприлюднені впродовж січня 2025 року на сайті онлайн-журналу «Цукр». Щоб відслідкувати особливості взаємодії зі споживачами, до дослідження також були долучені ці ж матеріали, поширені в різних форматах, на платформах Facebook та Telegram.

Методом контент-аналізу було відібрано 24 мультимедійні продукти, які склали дві тематичні групи, виокремлені авторським маркуванням медіатекстів хештегами #Місто та #Люди. Групи розділені за проблемно-тематичним контентом і виокремлені відповідними маркерами. Ця особливість виокремлення та маркування на сайті прослідковується постійно, тому вважаємо її ключовою. Таке представлення тем на сайті журналу дозволяє споживачеві легко віднайти запитувані (цікаві, важливі тощо) матеріали. Публікації також промарковані хештегами, які можна визначати як ключове слово. У медіаповідомленнях за січень 2025 року лише маркер #Війна повторювався в 4 публікаціях, інші маркери, як наприклад, #соборність, #Суми, #громади, #турбота, #медицина т. д. вживалися одноразово.

Отже, медіаконтент онлайн-журналу має гетерогенний тематичний характер: життя цивільних людей в умовах війни; суспільно-політичні проблеми в громаді; облаштування і підтримка ком-

фортного міського простору; турбота і захист мешканців громади; культура і мистецтво; спорт і відпочинок тощо. Таке широке тематичне охоплення сприяє залученню до комунікації різних цільових груп як вікових, так і за інтересами та світоглядними орієнтирами.

Важливим елементом медіапродукту є заголовок. Правильно і змістово коректно сформульована проблема, що виноситься у заголовок, дозволяє читачеві розуміти значимість медіаповідомлення. За влучним заголовком споживач відбирає актуальну інформацію, а далі занурюється у зміст.

Моніторинг засвідчив, що теми, які стосуються існування і розбудови громади, національної самоідентичності, пропагандистського впливу на українське суспільство, набирають значно більше переглядів, ніж теми музичного, просвітницького спрямування. Наприклад, матеріал «Катаюся лише тролейбусом – чи можна жити в Сумах без маршруток» (21 січня 2025, А. Король) набрав 5436 переглядів, «Російські детективи та посібники радянських людей продають на сумському ринку. Чому це не окей?» (23 січня 2025, А. Шпурік) – 3552 перегляди, проти 742 переглядів матеріалу «Шопери, значки, сережки, худі. Зібрали добірку сумських магазинів із мерчем» (14 січня 2025, В. Кріцька) або 295 переглядів «Пісня буде поміж нас» та «Шо ви браття» – зібрали для вас «соборний плейлист» від команди Цукру» (22 січня 2025, В. Кріцька).

Таким чином, дієвим методом привернення уваги, підвищення кількості переглядів матеріалу є правильно сформульований заголовок, що розкриває суть теми чи проблеми повідомлення. Тоді зацікавлений темою споживач виявить бажання ознайомитися не тільки з новинним повідомленням, а й перейде до повнотекстової версій чи матеріалу іншого формату на іншій інформаційній платформі видання.

На залученість аудиторії також впливає формат медіапродукту. Промоніторені комунікаційні канали видання «Цукр» мають свою аудиторію, про що свідчать кількість читачів та коментарі до публікацій на різних платформах. Цю особливість взаємодії аудиторії з медіа враховує і редакція онлайн-журналу. Так, із 24 розміщених на сайті матеріалів 12 є на сторінці видання у Facebook та 23 на каналі Telegram, і кожна публікація доповнюється коментарями та смайлами-емоціями. Наприклад, опублікований 31 січня матеріал «Суми – моя інформаційна бульбашка». Як полтавка закохалася в наше місто» на сайті мав 1681 перегляд; на каналі Telegram – 4634 перегляди, 86 уподобайок, 10 коментарів; у Facebook – 31 перегляд, 4 коментарі. Звертаємо увагу, що кількісні показники взяті 1 лютого, тобто можуть змінюватися в часі. Нашим завданням не було визначити динаміку взаємодії, тож констатуємо те, що медіа має цільову аудиторію на кожній із інформаційних платформ.

Також відмітимо, що кожен мультимедійний продукт має різний формат представлення споживачеві залежно від платформи поширення.

Однотипне структурування усіх медіапродуктів досліджуваної рубрики на сайті онлайн-журналу є елементом налагодження ефективної комунікації з реципієнтом. Знайомство читача з мультимедійним продуктом починається від заголовка та світлини, яка ілюструє суть теми. Варто зазначити, що ці елементи є клікабельними і переносять читача на повну версію матеріалу. Коли реципієнт одразу бачить кілька публікацій, йому зручно обирати найрелевантнішу для нього і далі переглядати повну версію матеріалу. Також перелінкування у межах платформи дозволяє читачеві певний час залишатися на сайті, що може сприяти більш активній взаємодії споживач-медіа.

Новинарне повідомлення із посиланням на повний текст на сайті та клікабельною візуалізацією типове для Telegram. Такий формат представлення дозволяє обирати читачеві, чи переходити до розлогого деталізованого представлення теми, чи йому достатньо короткої інформації про подію.

Для повідомлень на Facebook характерний формат, де наступною після заголовка вербальною частиною є лід повнотекстового матеріалу та речення-заохочення, про що розповідається в матеріалі. Візуальний контент повідомлення представлений як зображення-анкор. Зображення складається зі світлини до матеріалу, яка дублюється у повідомленнях усіх форматів, та питання-відповіді за змістом медіаматеріалу. Таке анкорне посилання відсилає споживача на сайт онлайн-журналу до повної версії медіапродукту.

Висновки. Різні коди спілкування дозволяють журналістам виражати суть повідомлення у різних форматах поширення інформації. Таким чином, різноманітні форми спілкування надають більше можливостей для участі реципієнтів в інформаційному обміні.

При цьому важливим аспектом є формат подання журналістських матеріалів, якість візуального контенту, грамотність текстів, достовірність інформації. Ці чинники не лише привертають увагу, а й допомагають утримати аудиторію, для якої важлива якість споживаного медіапродукту.

Медіа як виробники контенту мають задовольняти інформаційні запити аудиторії і орієнтувати її на важливі сторони певного питання. Серед іншого, журналісти покликані орієнтуватися на вимоги, які до медіаматеріалів висуває суспільство з кліповим мисленням. Насамперед це скорочений обсяг тексту, оскільки реципієнти онлайн-видань зазвичай зупиняються на ключових словах, фразах і абзацах, уникаючи повного прочитання тексту.

Список літератури:

1. Блінов Є. Вплив повномасштабної війни на розвиток українських регіональних медіа. Грані історії. 2024. № 5(13). С. 219–229. https://doi.org/10.61655/2708-1249.5(13).2023.219-229

2. Бондарчук А. Соціальна проблематика Івано-Франківщини у фокусі сприйняття мешканців громад. імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2024. Т. 35 (74) № 4. Ч. 1. С. 230–235. https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.2.2/36

3. Досенко А. К. Кросмедійність як ознака мультиплатформних медіа. Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2024. Т. 35 (74). № 2. Ч. 2. С. 248–253. https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.2.2/39

4. Іванова О., Мойсеєва О. Стеблина Н. Місцева преса: посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії. Київ : ТОВ «Бізнесполіграф». 2019. 232 с. URL : http://www.ualocal.media/wp-content/uploads/2019/09/tutorial_print.pdf

5. Ільганаєва В. Когнітивна соціальна комунікація в єдиній медійній системі суспільства. Вісник Книжкової палати. Соціокомунікаційні технології. 2023. № 8. С. https://doi.org/10.36273/2076-9555.2023.8(325).18-22

6. Карпенко В. Л., Шейнер Б. В., Костинюк С. О. Вплив цифрових медіа на споживчу поведінку в епоху інформаційного навантаження. Актуальні питання економічних наук. 2024. № 5. https://doi.org/10.5281/zenodo.14196977

7. Путрашик В., Марчук Г., Плеханова Т. Цифрова журналістика та вплив соціальних мереж на формування громадського уявлення про російсько-українську війну. Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2024. Т. 35 (74). № 2. Ч. 2. С. 189–195. https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.2.2/30

8. Савчук Н. М. Медіакомунікації у системі соціальних комунікацій. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2024. Т. 35 (74) № 3. Ч. 2. С. 78–83. https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.3.2/13

9. Садівничий В., Федорина А., Ярова А. Моніторинговий звіт за травень 2023 року – Сумська область. Інститут демократії імені Пилипа Орлика. 16.06.2023. https://surl.li/bbxqji

10. Стеблина Н. Чи стали регіональні журналісти краще дотримуватися стандартів під час повномасштабного вторгнення РФ? Інститут демократії імені Пилипа Орлика. 23 червня 2022 року https://surl.li/fmnttn

11. Федорина А. Моніторинговий звіт за вересень 2023 року – Сумська область. Інститут демократії імені Пилипа Орлика. 03.10.2023 https://surl.li/gyirxt

Koniev D. S. MEDIA MESSAGES CONTENT: IMPACT ON THE TARGET AUDIENCE (ON THE EXAMPLE OF THE REGIONAL ONLINE JOURNAL «TSUKR»)

The article is devoted to the study of effective interaction between the media and the target audience, which contributes to the development of the publication, and also determines the regional recognition in the information environment and forms a comprehensive image of the local community. The article identifies and distinguishes the specifics of engaging the target audience by the local online publication of Sumy region 'Tsukr', which makes it possible to follow the problematic and thematic focus of the online journal. The patterns of broadcasting media messages on various information platforms, and determine the effective factors of interaction with the target audience are outlined. The complex of applied scientific methods made it possible to achieve the purpose of the article. The methods of analysing scientific sources, generalisation and comparison provided the theoretical basis of the study. The empirical research was carried out using the method of content analysis of multimedia products of the journal 'Tsukr'. It was found that the regional online edition does not only inform the community, but also goes beyond this community, forming an overall perception of the identity of the local geographical landscape and community. The content analysis of media products revealed that the online magazine has its own target audience, which is distributed across various information platforms where the media broadcasts its content. It has been found that readers are more interested in topics related to the existence and development of the community, national identity, and promotional influence on Ukrainian society. It has been proven that the frequency of user-media interaction depends on the format of the journalistic material and the media platform where it is distributed. It has been determined

that the typical elements for a website are active headlines and photos that provide linking within the platform. A short message with a hyperlink to the full text on the website and a clickable visual is typical for Telegram. Facebook posts are characterised by a message format where the headline is followed by a full-text lead and visual content is presented as an anchor image. It is proved in the article that the creation and promotion of a multimedia product demonstrates the ability of regional media to influence the recipient and arrange effective communication with him/her.

Key words: *local media, information environment, media platform, media text, problematic content, media message format, impact on the consumer.*

УДК 007.(076)
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/27

Косюк О. М.
Волинський національний університет імені Лесі Українки

ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ ІНТЕРКУРС В ХУДОЖНІЙ ПРОЗІ РОМАНА ІВАНИЧУКА

У статті засвідчено публіцистичний інтеркурс, що з найдавніших часів «прошиває» не тільки тексти пра- та сучасної журналістик, а й белетристику і наукову літературу. Визначено його ознаки: фактичність, девальвація образності, критичність, актуальність, оперативність, брендинг, наявність експертиз, ідеологізм, ораторство, збір зовнішньої інформації за допомогою спостереження, інтерв'ювання, вивчення документів та джерел тощо. З'ясовано, якщо присутня хоча б одна з ознак, – мистецький витвір втрачає органіку й трансформується у явище журналізму. Для царин художньої творчості публіцистичність не бажана (принаймні, на рівні напрямів та стилів романтичного, а не реалістичного спрямування), для масової комунікації – навпаки – промовиста й визначальна. В усіх випадках публіцистичний дискурс неминуче потрапляє під цензуру. Наголошено: на перший погляд здається, що наскрізна публіцистичність – маркер інформаційного простору недемократичних систем, приміром – соціалістичних, Однак він присутній у будь-яких ідеологічних ситуаціях (в контекстах воєн, революцій, протестів, майданів тощо – часто національно-визвольного характеру).

У розвідці (за допомогою контент-аналізу текстів, фіксації, моделювання й порівняння публіцистичних стратегій) доведено, що проза Романа Іваничука 70–90-их рр. минулого століття виразно публіцистична (однак, як це не парадоксально, й не менш образна). І якщо для втілень радянської доби це очікувано, то для історичної (романтичної) прози – ні. Продемонстровано, що у ранніх новелах письменник експериментує: виносить на розгляд пекучо сучасні проблеми (стійкості, екології, свободи тощо), випробовує характери, задіює велику кількість дискусій та автокомунікації, вводить у текст факти, суспільні настрої, експертизи. В історичній прозі (матеріал для написання якої – архівні дані) акцентує ораторство, ідеологічні наративи, відверту пропаганду.

Заборонений та вилучений з усіх фондів роман «Мальви» («Яничари») приніс Р. Іваничукові визнання й шалений потік офіційної критики, оскільки сюжет чітко «наклався» на радянську систему, «засвітив» усі її вади й спрогнозував неминучий крах. Афористичні промови головних героїв відразу «порізались» на цитати і стали крилатими. Попри жорстку цезуру й заборону на двадцять літ «Журавлиного крику», з 1976 по 1994 рр. вийшли ще сім романів. Публіцистичний дискурс в кожній із книг ускладнювався: від ораторських промов, оприлюднення винаходів та наукових теорій – до альтернативних висвітлень сакральних тем. Насамкінець зазначено, що високий рівень естетики й комунікації творів Р. Іваничука дає підстави для переосмислення якостей та можливостей публіцистичного дискурсу.

Ключові слова: *публіцистичність, інтеркурс, Роман Іваничук, актуальність, цензура.*

Постановка проблеми. Публіцистичність – наскрізний інтеркурс, що наділяє дискурси і тексти аспектом суспільної важливості та актуальності. Публіцистичний витвір більш критичний, ніж естетичний, пекучо теперішній (оперативний та насущний), або ж – «прошитий» світоглядними позиціями. Публіцистичними слід вважати тенденційні белетристику, малярство, фотографію, архітектуру (перформанс загалом), ужитковість тощо, і навіть – популярну науку. Ключові ознаки інтеркурсу: швидке інформування, експертиза подій та фактів, маніпулятивність, фактичність, брендинг й практична спрямованість, ораторство, часткова або цілковита втрата образності та естетизму, пропаганда [13, с. 150–152].

У публіцистичному витворі присутній хоча б один з перелічених критеріїв. Чим їх більше, «тим менше твір є «собою»: оповіданням, картиною, театральною виставою тощо і більше нарисом, плакатом, репортажем» [13, с. 151]. Підґрунтям трансформованих текстів стає актуальна дійсність, матеріалом – дані, зібрані за допомогою трьох універсальних методів журналізму: інтерв'ю, спостереження, вивчення документів та джерел. Щоб

написати «Юдейські війни», «Історію» та стати виразниками й творцями нових громадянських позицій, Геродот і Флавій брали реальну участь в баталіях й контактували зі свідками. Специфічний фактор, що об'єднує зазначену творчість й надає їй суспільної гостроти, – цензура (контроль над змістом та поширенням інформації), тому публіцистичний дискурс в усі часи найбільше потерпає від контролю, санкцій та заборон.

Найпростіше відслідковується публіцизм в інформаційних просторах диктатур та соціалістичних режимів. В Україні – це, звісно, радянська доба. Але він (хоча й із протилежним знаком) присутній і часи революцій, воєн, майданів і просто на стику ідеологій, коли письменники стають голосом народу та прагнуть безпосереднього впливу на хід історичних подій. Творчість від цього втрачає (хоч й не так багато, як, приміром, від впливу тотальної пропаганди), а система комунікації набуває, засвідчуючи те, що не потрапляє в засоби масової інформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Творчість Р. Іваничука не досліджена. Вочевидь, тому, що великою мірою публіцистична – «не вкладається» у функціональні напрями та стилі й не надається до літературознавчих маркувань. Тому окремі, датовані межею тисячоліть, студії М. Ільницького, М. Слабошпицького, В. Яворівського, М. Жулинського, О. Слиньовської, Н. Бічуї та С. Андрусів і досі лишаються актуальними, як і деякі вибрані тексти Іваничука, що ніколи не перевидавались (або публікувалися тільки в літературних часописах) і, не виключено, що потерпали від купюр.

Постановка завдання. Вплив публіцистичного інтеркурсу на літературний процес також ще не досліджено. Мета нашої розвідки за допомогою контент-аналізу прози Р. Іваничука, фіксації, моделювання й порівняння його публіцистичних стратегій відслідкувати, як виникає та поступово розгортається у розлогому масиві текстів 70-90-их років студіювання визначальної для усієї творчості письменника теми – національного самовизначення.

Виклад основного матеріалу. Сюжети майже усіх новел Р. Іваничука розгортаються в двох часових вимірах: минуле-спогад в обрамленні сучасного, а персонажі з'ясовують стосунки не стільки між собою, як з ідеями («схрещують шпаги у полеміці», а тоді, «випробовують слово винятковою ситуацією») й, «дискутуючи, мають на оці, головно, читача» [2, с. 22]. Тому високохудожній (інколи навіть – понадміру) стиль Р. Іваничука часто нагадує масмедійний (із пересторогами, експертизами, закликами тощо).

Заборонене й цензуроване у 70-80-их роках на теренах Радянського Союзу поволі «піднімає голову» в новелах «Доктор Бровко», «Відплиття на острів Цітеру», циклі «По живлющу воду» (що став предтечею роману «Журавлиний крик»). Досліджуючи характери й учинки, Роман Іваничук виступає водночас у ролі психолога, філософа й прискіпливого соціолога, але ніколи не робить безапеляційних висновків: читачам, як і героям, лишається право на вибір. Вже на сторінках ранніх новел (наче у прямому ефірі чи на шпальтах газет) герої міркують: що є справжнім у житті? Може, страх? Але ж більше, ніж страху, людина боїться вчинити щось негідне. А сумління, «хіба це не батіг страху перед самим собою? Ні, сумління – це сторожа, а не страх», – каже героїня повісті «На перевалі» [9, с. 257]. І врешті всі учасники «розмовного шоу» приходять до висновку, що справжнім є стан людини в момент небезпеки. Саме такі хвилини й фіксує Іваничук. На цих моральних позиціях стоїть і Горда з оповідання «Прут несе кригу». Під час переправи може статися будь-що: дрюк зламається, жили перервуться... Тоді він зубами триматиме шнур, але досягне берега, бо це «його люди, його ріка, його земля» [9, с. 67].

У творчому спадку Р. Іваничука чи не вперше на теренах радянської України постає й найпекучіша (особливо після чорнобильської катастрофи) проблема стосунків людини і природи. Приміром, в оповіданні «Відплата», де природа «відраховує» сповна за сподіяні добро і зло: орел, що втратив пару, кричить, благаючи допомоги, як людина. З цим криком до героя оповідання вперше приходить відчуття мертвоти пустелі. І він розуміє, що вбив не птаха, а щось світле й живе у собі («загортав ногою ту цятку крові, що залишалась на снігу чи болоті, наче ховав її перед власним сумлінням [9, с. 375]»). Контур згорбленої тужливої птиці відтоді стає для нього символом праведної помсти ввіреного людині, але підступно знищеного багатства світу. Більшість новел Іваничука так і завершуються занімілими «живими картинами», наче перетворившись в камінь Овідієвих метаморфоз – увіковічнених свідчень злочину, що не допускають жодних виправдань.

Найбільш дражливо сучасним виявився роман «Мальви» (до цензури – «Яничари»), який вийшов у розпал чергової хвилі радянських репресій 1968 р., що не оминули й Р. Іваничука: у 1949 р. його «за антирадянську діяльність» виключили з львівського університету й мобілізували до вій-

ська в Азербайджан, а ще раніше – у 1944 р. заарештували й відправили в табори ҐУЛАҐу «на вічне поселення» старшого брата Євгена (воїна Української повстанської армії), до котрого Роман їздив на побачення й отримав нагоду зафіксувати соловецькі могильники та катівні.

«Мальви» відразу накликали на голову автора не тільки шалену популярність, а й громи та блискавиці офіційної критики (інкримінували спотворення історії, спекулятивні інтерпретацій подій, відсутність чіткої класової позиції тощо). «Залпи такого канцеляриту, – як згадує М. Слабошпицький, – супроводжували ім'я Романа Іваничука в пресі» [14, с. 5], зробивши його негативним прикладом опального історичного романіста. Твір повсюдно вилучали з книгарень, архівів, бібліотек. І навіть палили (як у темні віки на вогнищах інквізиції). Так радянським письменникам давали чітко зрозуміти, що інтерес до національної історії злочинний, а «сповідь перед світом ніколи не минає безкарно» [3, с. 126]. Однак роман несподівано став бестселером і, «в обхід офіціозу», вже промовляв цитатами: «вільний лиш той, хто не скорюється» [5, с. 7], «ми мусимо усвідомити гріховність рабства, бо неусвідомлений раб залишається ним і на волі» [7, с. 148]. «Розмови з мудрецями більш потрібні царям, ніж царські милості – мудрецям» тощо [11]. Таким чином публіцистичний дискурс роману підніс національну ідею на рівень масової свідомості.

За спостереженнями М. Ільницького, основна лінія динаміки романістики Іваничука – прагнення зафіксувати історичний момент, у якому минуле й сучасне виступають як ланки складного безперервного цілого, завдяки чому на зміну панорамному й батальному зображенню приходить прагнення філософського осмислення подій [12, с. 103–140], одягнених у форму легендарної притчі про любов до рідної землі, яка карає за зраду й нагороджує за вірність. Між іншим «Мальви/Яничари» «публічно» відкрили судовий процес за звинуваченнями у відступництві. Через двадцять років (1994 р.) його закриє нарис «Ренегат».

Традиційно для більшості історичних романів у «Мальвах» символом духовності (загальнолюдської моралі), совістю епохи та провідником у лабіринті подій постає оратор – співець-оповідач мандрівник Омар. Однак, на відміну від усталених стратегій «прозрілих» радянських письменників (на кшталт О. Гончара, П. Загребельного тощо), він – репрезентант не підневільного народу, а якраз поневолювача, що автоматично ставить великий знак питання. На додачу до низки загадок – саме його промовою й розпочинається роман: «Хто винен, що став мій народ носієм зла і неволі? В тебе є сьогодні влада і ти сваволиш. Хто ж захистить тебе від божої помсти, коли вона гряне? А прийде [10, 12]»...

Отож вже з першої сторінки автор не дає читачам сподіваної можливості «впасти у замилування». Далі він паралельно зображує актуальний стан двох політій: кримсько-татарської та української (у складі Речі Посполитої), які, в плані державотворення та громадського порядку, мало чим відрізняються – скрізь панують сум'яття й відступництво, тільки не рівноцінні: Україну зраджують поневолі, здебільшого несвідомо та під натиском, Туреччина ж потерпає від внутрішніх чвар, що точаться довкола престолу (там переважають дволикість, підлабузництво та самовпевненість тупих володарів). Усі ці фактори фіксуються у вигляді дискусій та промов, що вільно проєктуються на актуальний стан України другої половини XX ст. Ось, приміром, міркування Меддаха Омара: «Народ, що не поклав міцних основ своєї власної цивілізації, повинен бути сам із собою. Та коли він прагне розвиватися за рахунок інших, станеться щось зовсім протилежне: підкорені народи міцніють, панівні ж вироджуються [10, с. 144]». Безумовно, для радянської системи це був «ніж у серце».

Однак історію, як зазначає Р. Іваничук, творять не володарі, чи їх придворні, і не натовпи, а народ, що протестує. «Заколотники, які думають головою Омара, не банда, а поважна сила [10, с. 175]». І саме вона – сутність нації. А ще митці, що залишають думи свої «в живучій пісні, в химерному розписі на вазі, у капітелі мармурової колони [10, с. 170]». Це вони репрезентують світові народ й спокутують перед ним вину ниць духом людців. Для тогочасної ідеологічної ситуації подібні вислови були «квитком» на Соловки (однак Роман Іваничук вже там був, тому сприймав «перспективу» як даність).

Рівноцінними благородству й мужності східних мудреців постають лицарі українського козацтва, хоча їх діяння й учинки вельми дискусійні: дається взнаки «беатифікація» Богдана Хмельницького як речника дружби народів на теренах СРСР. На цілковите розвінчання «героя» Р. Іваничук не наважується, однак «потрібні» акценти розставляє: «Там торгують нашими братами й сестрами, – міркує гетьман, – а ми йдемо в це осине гніздо просити допомоги, щоб забезпечити собі тил, щоб не вдарили поганці в наші спини... І стискати мусимо нашу лють і біль у жменях [10, с. 187]».

Присутні в романі й ліричні роздуми про місце України у світовій історії. Про те, що розплата за приниження і зраду буде великою: століття неволі, ганебний час байдужості, уярмлені діти, прокляті власним народом пророки й вожді та канулі в Лету національні герої... «Далеко, дуже далеко нам до національної монолітності, – зазначить ще тридцять років потому у «сповіді» «Благослови, душе моя, Господа» Роман Іваничук, бо ж скільки українців з'яничарилося (у XX столітті), і не думайте, що це лиш русифікація, полонізація, або англізація, яничарство – то і байдужість, ситість, аполітичність [5, с. 28]» (якби окреслені розмисли потрапили в роман, то він би точно ніколи не побачив світу).

У наступних після «Мальв» («Яничар») творах все більше реальних історичних постатей (вочевидь, відкрилися архіви), але цікавлять вони автора не біографією, а оточенням, фактичними реаліями, які їх породили. В об'єктиві дослідника формування суспільної свідомості, проблематика епох. За спостереженнями М. Жулинського, твори Іваничука засвідчили переорієнтацію історичної прози з ілюстрування на символічне осмислення й узагальнення моральних і духовних уроків історії в проекції на сьогоднішню (80-і роки минулого століття – *О. К.*) культурно-духовну ситуацію [4, с. 206]. Безумовно, озвучення актуальних проблем – одна з найчільніших репрезентацій публіцистичності.

Зібрання дванадцяти творів Р. Іваничук називає «Меч і мисль» (саме «і», а не «чи»). Як і наступний (згодом перейменований на «Журавлиний крик») роман, який, повторивши долю попередника, потрапив під цензуру й пролежав у спецфондах більше двадцяти років. Далі були «Манускрипт з вулиці Руської» (1976 р.), «Вода з каменю» (1982 р.), «Четвертий вимір» (1984 р.), «Шрами на скалі» (1986 р.), у яких події кінця XIX ст. початку XX ст. розвивалися паралельно до розвалу СРСР та національного відродження межі тисячоліть й проповідували просвітництво (хоча на суд історії ще часом виноситься опозиційна (збройна) думка в інтерпретації Данила Галицького). В епіцентрі сюжетів вже не напівміфічні чи видумані персонажі, а люди й спільноти з пробудженою свідомістю (репрезентанти «Руської трійці», «Кирило-Мефодіївського братства», «Молодої музи», а також митці-репатріанти та геніальні вчені: Ейнштейн, Полюй, Рентген, Гулак (з проблемами їх авторського права на винаходи), здатні добувати воду навіть з каменя.

1991 р. Р. Іваничук стає депутатом Верховної Ради І скликання («Я – жрець літератури й культури, і нічого, крім літературної праці не вмію. <...> Та коли література і мова, і національна культура стали політичними категоріями, то не личило мені стояти осторонь. <...> І я переступив свій рубікон» [5, с. 150].

Спроєктувавши написану у перервах між засіданнями національного Парламенту «Орду» на 90-і роки минулого століття, розуміємо – твір засвідчує нову епоху в боротьбі за незалежність – добу законодавчих діянь. «Вона сьогодні може здатися безвартісною. – визнає творець першої української Конституції Пилип Орлик, – та з часом набиратиме все вищої проби й колись вивищить нашу націю серед народів. <...> Коли ми нині не посягнемо ще раз на наші законні права, то наступного разу наше право посягати стане незаконним» [8, с. 51–53]. Футурологічні розмисли, що, на думку Р. Семківа [1], зіпсували роман публіцистичністю, виявилися пророчими. Як і міркування щодо «російського фашиста», який відзначає перемогу «над фашизмом німецьким кривавою оргією в Чечні». «Тільки пам'ятайте, панове, – застеріг Р. Іваничук ще у далекому 1994 р., – якщо московська орда поповзе на Україну, то це вже буде не внутрішня справа якогось народу чи держави – це буде третя світова війна» [6, с. 15].

Творам подальшого періоду властивий перехід до глибокого психологізму. Публіцистичний інтеркурс модифікується в науково-популярний. Лауреат Національної премії України ім. Т. Шевченка (1985 р.) інтелектуальний роман-диспут «Четвертий вимір» пропонує увазі читачів реальне наукове дослідження члена Кирило-Мефодіївського товариства М, Гулака. Четвертий вимір – відтворена за допомогою неевклідової математики, теорій багатомірності та відносності формула сумління. За фізико-математичними законами, причиною породження простору й часу є рух і пов'язані з ним зміни. У тривимірному світі (довжина, висота, ширина) рухомі усі види механічної енергії, однак людина, яка стоїть і думає – статична. В квадрапросторі (довжина, ширина, висота, глибина) механічна енергія стає динамічною – час породжується рухом інтелекту: якщо в людини розумові здібності не прогресують, вона не лишає траєкторії – сліду для спогадів. Отже, Четвертий – це вимір пам'яті: глибина, первень, «сутність сущого», перспектива, вічність, совість, «центр душі». Публіцистичність викладу «Четвертого виміру» підсилює те, що теорія тримається на реальних даних

М. Гулака, збережених у бібліотеках Гянджі. До речі: усі тексти Р. Іваничука «виростали» з численних архівних фоліантів, канонічних та сакральних текстів. У двох крайніх витворах перших літ незалежності України («Ренегат» (1993 р.) та «Євангеліє від Томи» (1994 р.)) підсумовано дилему відступництва й піднесено її на рівень вічних мотивів людства. Тут, звісно, публіцистичність теж присутня, але вона вже для всіх (а для тих, «хто має вуха» [Матвій 13; Лука 8; 13]). Виходить, цей інтеркурс теж здатен на вишуканість та елітарність...

Висновки. Отже, публіцистичність – не винахід масмедіа, швидше – навпаки. Однак її зрима присутність «переводить» художню творчість та наукову діяльність із власної системи координат – в журналістську. Чим більше ознак публіцистичності, тим певніше первісний продукт віддається «на поталу часові».

У прозі Романа Іваничука (написаній переважно до незалежності України, або у перші два роки постання держави) присутні усі (крім девальвації образності) вияви публіцистичності: точні дані, критика політичної системи (хоча й дещо завуальована), актуальність, оперативність, брендинг (на рівні великих винаходів), наявність експертиз (у творах озвучуються не лишень наукові ідеї, а й цілі теорії), ідеологізм (чи не вперше окреслено національну ідею), ораторство (в промовах головних героїв, що уособлюють голос нації), насамкінець – інформацію зібрано за допомогою власних спостережень, розмов, опрацювання архівів. Як вислід, усі тексти радянської доби потрапили під цензуру. А втім, навіть під впливом публіцистичного інтеркурсу творчість Р. Іваничука не втрачає белетрестичної органіки. Напевно, в новітню епоху публіцизм здатен маркувати й вишуканий продукт.

Список літератури:

1. Агеєва Віра, Семків Ростислав. Роман Іваничук: таємне братство, меч і манускрипт. Шалені авторки. Youtube. 2024. URL: https://www.youtube.com/watch?v=5jAn__482ck
2. Андрусів С. Уміти розмовляти з читачем: роздуми над творами Романа Іваничука. Md-eksperiment 2017. URL: https://md-eksperiment.org/post/20170327-umiti-rozmovlyati-z-chitachem-rozdumi-nad-tvorami-romana-ivanichuka
3. Бічуя. Н. Розімкнуте коло слова. Дзвін. № 5, 1995. С. 125–127.
4. Жулинський М. Наближення: літературі діалоги. Київ: Дніпро, 1986. 278 с.
5. Іваничук Р. І. Благослови, душе моя, Господа: щоденникові записи, спогади, роздуми. Львів: Просвіта, 1993. 272 с.
6. Іваничук Р. І. Дороги вольні і невольні: спогади. Київ: Український письменник, 1996. 166 с.
7. Іваничук Р. І. На небі Бог, а на землі Україна. Дзвін. № 10. 1994. С. 143–148.
8. Іваничук Р. І. Орда. Псалом. Львів: Просвіта, 1992. 200 с.
9. Іваничук Р. І. Твори: У трьох томах. Т. 3. Київ: Дніпро, 1988. 480 с.
10. Іваничук Р. І. Яничари: Історичний роман. Київ: Веселка, 1993. 239 с.
11. Іваничук Роман. Мальви. Бібліотека української літератури. 2025. URL: https://www.ukrlib.com.ua/books/printit.php?tid=1004&page=23
12. Ільницький М. М. Безперервність руху. Київ: Радянський письменник, 1983. 133–140 с.
13. Косюк Оксана. Раціоналістичний дискурс масової комунікації [Текст]. – Луцьк : Вежа-Друк, 2023. 520 с.
14. Слабошпицький М. Найбільша пригода в моєму житті. Іваничук Р. І. Яничари. Київ: Веселка, 1993. С. 1–5.

Kosiuk O. M. A JOURNALISTIC INTERVENTION IN ROMAN IVANYCHUK'S PROSE FICTION

The article demonstrates the journalistic intervention that has been 'stitching' not only texts of pre- and contemporary journalism, but also fiction and nonfiction since ancient times. Its features are identified and they include factuality, devaluation of imagery, criticality, relevance, efficiency, branding, availability of expertise, ideology, oratory, collection of external information through observation, interviews, study of documents and sources, etc. It has been found that if at least one of the features is present, the artistic work loses its organic character and is transformed into a journalistic phenomenon. For the spheres of artistic creativity, journalism is not desirable (at least at the level of trends and styles of the romantic rather than realistic direction), on the contrary, it is eloquent and determining for mass communication. In all cases, journalistic discourse inevitably falls under censorship. It is emphasised that at first glance, it seems that cross-cutting journalism is a marker of the information space of non-democratic systems, for example, socialist ones. However, it is present in all ideological situations (in the contexts of wars, revolutions, protests, Maidans, etc. – often of a national liberation nature).

Uusing content analysis of texts, recording, modelling, and comparing journalistic strategies, the study proves that Roman Ivanychuk's prose of the 1970s-90s is distinctly journalistic (but, paradoxically, no less imaginative). And while this is expected for Soviet-era incarnations, it is not appropriate for historical (romantic) prose. It is demonstrated that in his early novels the writer experiments: he brings up burning contemporary issues (resistance, ecology, freedom, etc.), tests characters, uses a large number of discussions and auto-communication, introduces facts, zeitgeist, and expertise into the text. In his historical prose (based on archival data), he emphasises oratory, ideological narratives, and blatant propaganda.

The novel Malvy (The Janissaries), which was banned and removed from all collections, brought R. Ivanychuk recognition and a fierce stream of official criticism, as the plot clearly 'overlapped' on the Soviet system, 'highlighted' all its flaws, and predicted its inevitable collapse. The aphoristic speeches of the main characters were immediately 'cut into quotes' and became winged words. Despite the severe censorship and the ban on Crane Cry for twenty years, seven more novels were published between 1976 and 1994. The journalistic discourse in each of the books became more complex: from oratory, the publication of inventions and scientific theories, to alternative coverage of sacred topics. In conclusion, it is noted that the high level of aesthetics and communication in R. Ivanychuk's works gives grounds for rethinking the qualities and possibilities of journalistic discourse.

Key words: *journalistic quality, intercourse, Roman Ivanychuk, relevance, censorship.*

УДК 007:316.77:316.485
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/28

Мельникова-Курганова О. С.
Державний університет «Київський авіаційний інститут»

ТРАНСФОРМАЦІЯ КАНАЛІВ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС АКТИВНИХ ВОЄННИХ ДІЙ У 2022 Р. НА ПРИКЛАДІ МАРІУПОЛЯ

У статті досліджено трансформацію каналів комунікації під час активних воєнних дій у Маріуполі в 2022 році. Проаналізовано вплив інформаційної блокади на доступ населення до офіційних та альтернативних джерел інформації. Розглянуто способи розповсюдження інформації в умовах відсутності електроенергії та традиційних засобів комунікації, а також інформаційно-пропагандистські методи впливу з боку російських загарбників. Дослідження ґрунтується на свідченнях мешканців, які пережили облогу міста.

Виявлено зміну переваг у використанні інформаційних каналів: від цифрових платформ до традиційних методів зв'язку, як радіо та усна передача інформації. Соціальні медіа, мобільний зв'язок та усна комунікація відіграли важливу роль у мобілізації громадськості та поширенні критично важливих відомостей про гуманітарну ситуацію в місті. Разом з тим, спостерігалася активізація інформаційної війни, що виявилася у масовому поширенні дезінформації та пропагандистських наративів як у цифровому просторі, так і через безпосередню комунікацію в чергах, сховищах та шелтерах.

Значна увага приділена ролі мобільного зв'язку, який у перші тижні облоги залишався основним засобом комунікації для мешканців. Однак після руйнування інфраструктури та глушіння сигналу мобільні пристрої поступово втрачали свою функціональність. У цей період підвищилася цінність радіомовлення як джерела новин.

Запропоновано подальші напрями дослідження, зокрема аналіз інформаційних стратегій у прифронтових регіонах України та їх вплив на формування громадської думки. Результати цього дослідження можуть бути корисними для розробки стратегій інформаційної безпеки в умовах військових конфліктів та кризових ситуацій.

Ключові слова: *інформаційна війна, канали комунікації, соціальні медіа, мобільний зв'язок, глушіння сигналу, інформаційна блокада, пропаганда.*

Постановка проблеми. Після повномасштабного вторгнення РФ в Україну 24 лютого 2022 р. у результаті воєнної та інформаційної агресії був здійснений вплив на інформаційно-комунікаційні системи на прифронтових або окупованих територіях України. В різних регіонах країни було створено умови перешкоджання доступу населення до офіційної інформації діючої влади та / або до обміну інформацією.

Якщо під час «миттєвої» окупації півдня України підміна контенту та каналів комунікації відбувалися поступово в інформаційному просторі і без воєнних дій у фізичному (наприклад, в Скадовську чи Бердянську), то на південному сході країни – в Маріуполі – російські війська використовували різні прийоми інформаційно-комунікаційного впливу, коли йшли активні бої. Відповідно в умовах осади міста мешканці шукали будь-які типи комунікацій з метою врятуватися від різного роду атак (військових, інформаційних, пропагандистських, хакерських тощо).

З 2 березня по 20 травня 2022 р. українське місто Маріуполь перебувало в повній осаді, зокрема інформаційній блокаді. Людям не вистачало базових потреб: їжі, води, газу, ліків, одягу і, що важливо, електроенергії. Тому мобільний зв'язок та доступ до інтернету були досить обмеженими або повністю недоступними в цей період. Деякі люди могли використовувати генератори для зарядки мобільних телефонів, але це давало лише тимчасовий доступ до цифрового зв'язку в кількох високих точках півмільйонного міста.

Під час інформаційної блокади локальні теле- і радіоканали, преса почали поширювати інформацію через соціальні мережі, деякі журналісти друкували листівки та плакати. Багато людей почали отримувати інформацію зі смс-повідомлень, представників поліції чи ЗСУ, які приходили у шелтери чи багатолюдні двори. Проте вже діяли російські пропагандисти в онлайн чи усному публічному (наприклад, в чергах) просторі, які поширювали деструктивні наративи. В умовах інформацій-

ної війни наприкінці лютого – початку березня 2022 р. російська армія руйнувала електромережі, вежі мобільного зв'язку, обладнання інтернет-провайдерів, редакції теле- радіокомпаній, онлайн-видань. Своєю чергою, знищення джерел та передавачів інформації спонукало мешканців осадного міста шукати альтернативного зв'язку, іноді ризикуючи життям. В інформаційній блокаді швидко поширювалися чутки, ворожі пропагандистські наративи, посилюючи напружений емоційний стан населення (страх, відчуття безвиході, безнадії, паніки під час обстрілів).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідники вивчають використання різних каналів інформації під час війни у різних аспектах, зокрема в контексті воєнного репортерства, військової журналістики, соціальних або публічних комунікацій, різних типів впливів на суспільство. До повномасштабного вторгнення і під час активних воєнних дій в Маріуполі проводилися інформаційні операції з боку російських загарбників.

У контексті інформаційних війн варто згадати тлумачення М. Лібікі [1], який розглядає інформаційну війну як атаку інформації на інформацію, акцентуючи увагу на ролі кібервійн в сучасному світі. Також він підкреслює, що під час інформаційної війни може відбуватися атака у фізичному просторі, яка руйнує телефонні станції, телевізійні вежі та інше обладнання з метою перешкодити передачі даних, обміну інформації, комунікації в цілому [2]. У перший етап російського вторгнення в Маріуполь наприкінці лютого можна було спостерігати обстріли пунктів зв'язку та електромережі.

Закордонні та українські науковці досліджували висвітлення початку війни з 2014 року, проводили контент-аналіз медіа та брали інтерв'ю у телевізійників. Вони проаналізували висвітлення військового конфлікту на сході України в російських, українських та американських новинних програм та виявили значні відмінності у виборі джерел для зйомок, висвітленні загибелі цивільних і військових, а також у подачі інформації про різні воюючі сторони [3].

Інші дослідження про початок російсько-української війни 2014 р. акцентували на тому, що основними акторами подій в медіа виступали представники цивільного населення (наприклад, постраждалі), що свідчило про тенденцію «гуманізації» висвітлення конфліктів. Чутливість журналістів до своєї позиції в інформаційної війни відображалось у невеликому, але суттєвому відсотку публікацій про роль медіа у військових конфліктах [4].

Окремим напрямком є вивчення соціальних медіа під час війни. О. Бойчак та С. Джексон дослідили соціальні мережі як канали комунікації та громадської активності в Маріуполі до повномасштабного вторгнення. На їхню думку, соціальні медіа дають змогу широкій та різноманітній громадськості мобілізуватися навколо спільної колективної ідентичності. Вони вивчали канали комунікації громадських активістів міста за допомоги публічної, але й анонімної взаємодії. На той час соціальні медіа відіграли вирішальну роль у забезпеченні легітимності державі під час війни. Автори висвітлюють використання можливостей нових медіа для конструювання національної ідентичності серед об'єднаної цифровою мережею громадськості, мобілізуючи підтримку для держави, що перебуває під військовою загрозою [5].

У контексті висвітлення війни журналістами було приділено увагу документуванню явищ та ставлення медійників до подій з початку російсько-української війни на сході країни з 2014 р. [6]. У той період українські журналісти були ближчими до традиційної об'єктивності та висвітлення фактів, ймовірно, використовуючи стратегію свого захисту від зовнішніх впливів. Їхня довіра до державних інституцій виступало вирішальним фактором, що визначає ступінь журналістського «патріотизму» [7].

Р. Горбик вивчав роль мобільного зв'язку під час війни. Він вбачає однією з проблем у галузі медіатизації війни те, як цивільні засоби зв'язку інтегруються у військові дії. Він дослідив моделі використання мобільних телефонів на лінії фронту на сході України. На основі якісних глибинних інтерв'ю з українськими військовослужбовцями Р. Горбик розробив типологію використання мобільних телефонів на фронті, ґрунтуючись на акторно-мережевій теорії. «Повсюдна присутність мобільних телефонів на полі бою створює набір унікальних партисипативних медіа-практик. Різноманітні особисті цілі, такі як приватне спілкування та розваги, поєднуються в одному пристрої з прослуховуванням, наведенням вогню, картуванням мінних полів та бойовою комунікацією», – вважає дослідник. На його думку, мобільні пристрої стають зброєю і сприяють гібридизації військового та особистого просторів [8].

У нашому попередньому дослідженні про роботу українських журналістів з де- та окупованих, прифронтових територій з початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну, було виявлено, що локальні ЗМІ створювали власні

Telegram-канали під час проблем з електрикою та неможливістю вийти в етер традиційних медіа, вони розширили свою діяльність на інших платформах соціальних мереж. Також вони маркували фейки, шукали технічні можливості для інформування населення, створювали документальні фільми про міста, записували свідчення очевидців, своїми силами розвозили друковану пресу по населених пунктах, де не було зв'язку тощо [9].

Більшість досліджень присвячено питанням пропаганди [10], політичних комунікацій, деструктивним наративам та іншим негативним інформаційно-комунікаційним впливам під час війни. Проте нас цікавить саме зміни використання населенням каналів комунікацій під час активних бойових дій, зокрема без належної підготовки перебувати в інформаційній блокаді.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначити зміни та перехідні періоди у використанні каналів комунікації населенням під час осади Маріуполя та поступової окупації міста з 2 березня по 20 травня 2022.

Для реалізації цієї мети було поставлено наступні завдання:

1) дослідити джерела інформації та основні канали комунікації, якими користувалося населення осадного Маріуполя а) спочатку повномасштабного вторгнення РФ в України в лютому 2022 р.; б) під час інформаційної блокади та повної осади міста у березні 2022 р.; в) під час поступової окупації мікрорайонів Маріуполя з кінця березня 2022 р. до повної окупації міста з боку РФ 20 травня 2022 р.;

2) проаналізувати зміни у використанні каналів комунікації населенням осадного міста, а також поступовий інформаційно-комунікаційний та пропагандистський вплив з боку загарбників.

Дослідження проводилося з використанням методу спостереження, адже дослідниця знаходилася всередині заблокованого Маріуполя і фіксувала зміни в інформаційному просторі. За допомогою методу кейс-стаді було проаналізовано відео та онлайн-матеріали зі свідченнями маріупольців. За допомогою напівструктурованого інтерв'ю було опитано 22 мешканці міста, які мають досвід перебування в повній осаді та інформаційній блокаді, і які виїхали на підконтрольну Україні території або в західні країни. Метод систематизації даних використовувався для розуміння використання різних каналів комунікацій в той чи інший період осади Маріуполя.

Виклад основного матеріалу. Трансформація використання різних каналів комунікації відбувалася поступово під час осади в залежності від подій, частоти обстрілів та умов виживання в тому чи іншому мікрорайоні Маріуполя. Нами було опитано 11 жінок та 11 чоловіків, які мали досвід виживання в осаді міста, які представили всі чотири райони Маріуполя: Центральний, Лівобережний, Кальміуський та Приморський. Респонденти мали різний досвід перебування в осаді Маріуполя – від трьох тижнів (тобто від початку повномасштабного вторгнення до відкриття неофіційного зеленого коридору з 14 березня 2022 р.) до кількох місяців в окупації. Анонімні інтерв'ю проводилися у січні та лютому 2023 р.

Перший період повномасштабного вторгнення умовно зазначимо з 24 лютого 2022 по 2 березня 2022, коли була наявна електрика в більшості районів міста. Цей період запам'ятався респондентом поширенням ІПСО. Зокрема по місту невідомі люди з диверсійно-розвідувальних груп РФ малювали чорні мітки на будинках, кришках каналізаційних люків наче для навігації під час обстрілів. Респонденти описували, як вони засипали ці символи землею або зафарбовували їх з балончика. Також представники поліції, які займалися інформаційною діяльністю, також підтвердили, що мітки спричинили велику кількість телефонних дзвінків громадян, викликів на місце розташування цих міток, що забрало багато часу та уваги від інших дій ворожих агентів.

Інтерв'юйовані звернули увагу на те, як саме змінювали використання джерел інформації після повномасштабного вторгнення РФ. До 24 лютого 2024 р. вони частіше зверталися до соціальних мереж, тому що там були сторінки офіційних медіа, міської ради та інших місцевих структур. Вже тоді найпопулярнішим був Telegram (14 відповідей), далі – Viber і Facebook (по 8 відповідей), YouTube (5 відповідей), Instagram (4 відповіді) і Skype (1 відповідь).

У другому періоді – умовно з 2 березня 2022 р., коли зникла електрика в місті, до початку травня 2022 р., коли загарбники поширювали генератори та тимчасові точки зв'язки – власне повній інформаційній блокаді, респонденти мали різний досвід отримання інформації. Деякі з них отримували доступ до зарядних станцій або генераторів, дехто мав супутникові антени, дехто знаходив місця, де не було глушіння сигналу або доступ до отримання мобільного зв'язку одного з українських операторів. Більшість з них знаходилися у бомбсховищах, підвалах та інших шелтерах та не мали технічних можливостей отримання інформації, але отримували новини та чутки через

усну міжособистісну комунікацію. Під час облоги міста та інформаційної блокади цінно було берегти заряд девайсів, а через переривчастий мобільний зв'язок та інтернет прерогативою були соціальні медіа, які швидко завантажують контент або лише заголовки, короткі текстові повідомлення. Тому збільшилась кількість завантажень та установок Telegram (22 відповіді), зменшилось користування Viber (12 відповідей, в цьому месенджері було багато локальних та спеціалізованих пабліків), Facebook (5 відповідей), інші соціальні мережі не були названі. Також 1 респондент зазначив, що під час окупації його мікрорайону він завантажував першу сторінку браузера і читав заголовки сайтів, проте не заходив на новини через поганий інтернет-зв'язок мобільного оператора, а також з метою убезпечити себе під час перевірки девайса на так званій російській «фільтрації» місцевого населення.

Також були зміни у споживанні інформаційних традиційних медіа (преса, радіо, телебачення, онлайн-видання). До періоду осади міста найпопулярнішими серед респондентів були агрегатори новин, сайти новин (17 відповідей), потім – телеканали (6 відповідей), радіо (2 відповіді), друковані ЗМІ ніхто не відокремив, проте респонденти звернули увагу на мобільний зв'язок як джерело новин від друзів (3 відповіді). Своєю чергою, інтерв'юйовані зазначили, що змінився вибір мас-медіа під час облоги міста у бік саме радіо (20 респондентів). Для отримання інформації вони знаходили застарілі радіоприймачі, які транслювали новини «Єдиного марафону» на середніх та довгих частотах. Також використовували застарілі магнітоли в автівках, які також доєднувалися до радіохвиль. Проте з кінця березня 2022 р. частішало «глушіння» сигналу з боку загарбників та трансляції російських або донецьких новин, інтерпретацій або антиукраїнських закликів. Також популярним був тип каналу комунікації як мобільний зв'язок з метою отримання новин від друзів або інформації про можливий виїзд з осадного Маріуполя (16 відповідей). Проукраїнські листівки, проросійські листівки (4 відповіді) та російські газети, що були в гуманітарних пакунках на окупованих районах міста (4 відповіді) виділили респонденти, які перебували від місяця до кількох місяців в інформаційній блокаді та окупації. Телевізійні канали дивилися 2 респонденти, але за наявності генератора та супутникової антени. Ще 2 респондентів орієнтувалися на завантажені агрегатори та сайти новин, проте це робили в час окупації їхніх мікрорайонів та після встановлення тимчасових веж інтернет-зв'язку з боку окупантів.

Російські пропагандисти шукали канали комунікації під час інформаційної блокади, адже соціальні медіа не були в місті ефективними, тому розсилали смс-повідомлення мешканцям міста. Респонденти зазначили теми смс, які надходили їм на мобільні телефони, коли вони знаходили мобільну мережу:

1. Заклик здатися ЗСУ в полон.
2. Погрози українським громадським активістам.
3. Заклики до мешканців видавати українських військових.

Під час поступової окупації міста, зокрема в мікрорайонах, де припинилися активні військові дії та вуличні бої, російські загарбники розширяли способи розповсюдження пропаганди. Наприклад, у певні моменти часу по всьому місту з'явилися такі нові джерела як пересувні телевізійні вантажівки з мультимедійними екранами; розповсюджувалися листівки; спецагенти усно розповідали новини в чергах за їжею, одягом та ліками; смс-повідомлення від російських пропагандистів, в яких загарбники пропонували співпрацю проти захисників України; завербовані блогери з периферійних міст Росії приїжджали до Маріуполя, щоб висвітлювати новини під проросійським кутом зору. Також демонстративно на заводі ім. Ілліча вів ефіри пропагандист В. Соловйов.

В умовах відсутності електрики у більшої частини міста, а також мобільного та інтернет-зв'язку, окупанти безкоштовно роздавали газети, зокрема політичну пресу партії «Единая Россия», псевдовипуски місцевої газети «Приазовский рабочий» та російської газети «Комсомольская правда», які часто вкладалися в гуманітарні пайки для населення. Також були розклеєні проросійські біл-борди з окупантськими лозунгами. У символічному просторі використовувалися георгіївські стрічки та літера Z, наприклад, роздавалися стрічки або їздили автівки з символікою. «Одна машина їхала з гімном Радянського Союзу, а ззаду до коліс був прив'язаний український прапор, який волочився по землі. Нам було боляче на це дивитися», – розповідає респондент, який жив в окупованому районі міста кілька місяців.

Висновки. Таким чином, можна прослідкувати трансформацію використання каналів комунікації під час облоги Маріуполя від початку повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року до офіційної дати здачі в полон українських вій-

ськових з металургійного комбінату «Азовсталь» 20 травня 2022 р.

По-перше, популярність соціальних мереж, зокрема месенджеру Telegram, була високою до та спочатку повномасштабного вторгнення РФ в Україну. Серед традиційних медіа більшість респондентів приділяло увагу онлайн-виданням, а потім – телебаченню. Варто зазначити, що друкована преса не користувалася попитом в місті.

По-друге, в умовах відсутності електрики, мобільного та інтернет-зв'язку мешканці Маріуполя користувалися застарілими моделями радіопередавачів або автомобільних магнітол, які ловили середні частоти, працювали від пальчикових батарейок, мали антену тощо. Безумовно, варта уваги усна міжособистісна комунікація між людьми, але разом із тим поширювалися чутки, деструктивні наративи та ворожа пропаганда. Також різновидом такої комунікації були телефонні розмови з родичами або знайомими з підконтрольної території України при умові наявності заряду мобільного телефону та знаходження мобільного зв'язку чи інтернету на високих та відкритих точках міста.

По-третє, під час поступової окупації Маріуполя мешканці відчули агресивну пропаганду з боку загарбників (розповсюдження преси в гуманітарних пакунках, автівки з телеекранами, встановлення тимчасових веж мобільного зв'язку проросійських операторів та інтернет-провайдерів, нав'язування купівлі російських сім-карт за паспортом, використання автівок з гучномовцями, велика кількість біл-бордів).

По-четверте, завезення до міста російських блогерів та т.зв. «воєнних кореспондентів» російських Telegram-каналів).

Основною проблемою виживання в осаді міста, зокрема в умовах інформаційної блокади, була відсутність електрики, інтернет та мобільного зв'язку. Проте деякі респонденти мали доступ до генераторів, супутникових антен, придбали сімкартки різних українських мобільних операторів. Варто зазначити, що у патрульної поліції був старлінк, за допомоги якого передавалася інформація до закордонних медіа (наприклад, до американського агентства Associated Press) [11]. Також важливо було мати павербанки, радіоприймачі на батарейках, які ловили новини на середніх хвилях. З урахуванням технічних та географічних (район мешкання респондентів), а також усних комунікативних навичок можна було отримати релевантну інформацію і, своєю чергою, приймати рішення про порятунок з осадного міста Маріуполя.

Отже, перспективою дослідження є вивчення каналів комунікації на прифронтових або прикордонних з РФ територіях, які знаходяться у схожих умовах без електрики та / або мобільного й інтернет-зв'язку.

Список літератури:

1. Libicki M. C. What is Information Warfare?. URL: http://www.dodccrp.org/files/Libicki_What_Is.pdf (дата звернення: 01.02.2025).

2. Libicki M. C. Conquest in Cyberspace: National Security and Information Warfare. Cambridge: Cambridge University Press; 2007. 323 p.

3. Roman, N., Wanta, W., & Buniak, I. Information wars: Eastern Ukraine military conflict coverage in the Russian, Ukrainian and U.S. newscasts. *International Communication Gazette*, 79(4), 2017. P. 357–378. https://doi.org/10.1177/1748048516682138

4. Fengler, S., Kreutler, M., Alku, M., Barlovac, B., Bastian, M., Bodrunova, S. S., Brinkmann, J., Dingerkus, F., Hájek, R., Knopper, S., Kus, M., Láb, F., Lees, C., Litvinenko, A., Medeiros, D., Orlova, D., Ozolina, L., Paluch, A., Nicoleta Radu, R., … Zguri, R. The Ukraine conflict and the European media: A comparative study of newspapers in 13 European countries. Journalism, 21(3), (2020). P. 399–422. DOI: 10.1177/1464884918774311

5. Boichak, O., & Jackson, S. From national identity to state legitimacy: Mobilizing digitally networked publics in eastern Ukraine. *Media, War & Conflict*, 13(3), 2020. P. 258–279. DOI: 10.1177/1750635219829161

6. Nygren, G., Glowacki, M., Hök, J., Kiria, I., Orlova, D., & Taradai, D. Journalism in the Crossfire: Media coverage of the war in Ukraine in 2014. *Journalism Studies*, 19 (7), 2018, P. 1059–1078. DOI: 10.1080/1461670X.2016.1251332.

7. Springer N., Nygren G.,Widholm A., Orlova D., Taradai D. Narrating «Their War» and «Our War» – the Patriotic Journalism Paradigm in the Context of Swedish and Ukrainian Conflict Coverage. *Central European Journal of Communication*. 2022. Vol. 15, Issue 2. P. 178–201. DOI: 10.51480/1899-5101.15.2(31).1.

8. Horbyk R. "The war phone": mobile communication on the frontline in Eastern Ukraine. *Digi War*, 3, P. 9–24, 2022. DOI: 10.1057/s42984-022-00049-2

9. Melnykova-Kurhanova O. The Ukrainian journalists' work on the frontline territories as a counter to Russian propaganda. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.* Том 35 (74) № 4 2024. Ч. 1. С. 200–205.

10. Horbyk R., Prymachenko, Ya., Orlova D. The transformation of propaganda: The continuities and discontinuities of information operations, from Soviet to Russian active measures. *Nordic Journal of Media Studies*, Volume 5, № 1, 2023. P. 68–94.

11. Мельникова-Курганова О.С., Ятчук О.М. Телепубліцистика й документалістика у висвітленні облоги Маріуполя. *Образ.* Вип. 2 (42). Суми: Сумський державний університет, 2023. С. 52–61.

Melnykova-Kurhanova O. S. TRANSFORMATION OF COMMUNICATION CHANNELS DURING ACTIVE MILITARY OPERATIONS IN 2022 ON THE EXAMPLE OF MARIUPOL

The article examines the transformation of communication channels during active hostilities in Mariupol in 2022. The impact of the information blockade on the population's access to official and alternative sources of information is analysed. The ways of disseminating information in the absence of electricity and traditional means of communication, as well as information and propaganda methods of influence by the Russian invaders are considered. The study is based on the testimonies of residents who survived the siege of the city.

It reveals a change in preferences in the use of information channels: from digital platforms to traditional methods of communication, such as radio and oral transmission of information. Social media, mobile communications and word of mouth played an important role in mobilising the public and disseminating critical information about the humanitarian situation in the city. At the same time, there was an intensification of information warfare, which manifested itself in the massive spread of disinformation and propaganda narratives both in the digital space and through direct communication in queues, shelters and shelters.

Considerable attention is paid to the role of mobile communications, which remained the main means of communication for residents in the first weeks of the siege. However, after the infrastructure was destroyed and the signal was jammed, mobile devices gradually lost their functionality. During this period, the value of radio broadcasting as a source of news increased.

Further areas of research are suggested, including an analysis of information strategies in the frontline regions of Ukraine and their impact on public opinion. The results of this study may be useful for developing information security strategies in the context of military conflicts and crisis situations.

Key words: *information warfare, communication channels, social media, mobile communication, signal jamming, information blockade, propaganda.*

УДК 004.77
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/29

Стєкольщикова В. А.
ПЗВО «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика»

Бабич В. І.
ПЗВО «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика»

Сікорська В. Ю.
Одеський національний морський університет

АНАЛІЗ ЕМОЦІЙНОГО КОНТЕНТУ У МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ: ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ МАШИННОГО НАВЧАННЯ

Стаття присвячена дослідженню та оцінці ефективності методів машинного навчання у задачах аналізу емоційного контенту в масових комунікаціях. У сучасному світі масові комунікації відіграють ключову роль у формуванні суспільної думки, поведінкових моделей та емоційного стану людей. Особливу увагу дослідників привертає аналіз емоційного контенту, який є важливим індикатором суспільних настроїв, тенденцій у медіа та рівня соціальної напруги. Завдяки розвитку технологій обробки природної мови (NLP) та методів машинного навчання (ML) з'явилися нові можливості для автоматизованого аналізу емоційного забарвлення текстових даних. З огляду на швидке зростання обсягів інформації, особливо в соціальних мережах та онлайн-ЗМІ, стає критично важливим створення ефективних інструментів для аналізу емоційного контенту. Традиційні методи аналізу, такі як контент-аналіз або експертне оцінювання, є надто трудомісткими та не дозволяють обробляти великі масиви даних у реальному часі. Методи машинного навчання, зокрема глибокі нейронні мережі, можуть значно підвищити точність та швидкість аналізу, автоматизуючи процес виявлення емоційних патернів у текстах. Важливими етичними питаннями залишаються захист персональних даних, уникнення маніпуляцій та прозорість алгоритмів. Висока точність аналізу емоцій можлива лише за умови якісного навчання моделей та врахування контекстуальних особливостей мови. Результати дослідження можуть бути використані в журналістиці, маркетингу, соціології та політичному аналізі для оцінки громадських настроїв, прогнозування суспільних тенденцій та виявлення маніпулятивного контенту. Визначені методи можуть також бути впроваджені у системи моніторингу соціальних медіа та аналізу споживчих відгуків.

Ключові слова: *емоційний конвент, засоби масової комунікації, машинне навчання, соціальні мережі, медіаконтент, медійний простір.*

Постановка проблеми. Емоційний контент відіграє ключову роль у масових комунікаціях, оскільки здатен впливати на поведінку, переконання та рішення аудиторії. Масові комунікації охоплюють різні форми взаємодії, зокрема традиційні медіа (телебачення, радіо, друковані видання) та цифрові платформи (соціальні мережі, блоги, онлайн-ЗМІ). Емоційний контент може проявлятися у різних формах: текстових повідомленнях, відео, аудіоматеріалах, зображеннях тощо. Основні його характеристики включають: емоційне забарвлення (позитивне, нейтральне, негативне); інтенсивність емоційного впливу (сильні або слабкі емоції); спрямованість (особистісна, соціальна, політична, комерційна тощо). Важливість дослідження емоційного контенту обумовлена тим, що він може формувати суспільну думку, викликати громадські реакції та навіть провокувати соціальні конфлікти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Існує кілька підходів до аналізу емоційного контенту, які використовуються в дослідженнях масових комунікацій [1]:

1. Лінгвістичний аналіз – передбачає аналіз тексту за допомогою словників емоційної лексики. Прикладом є використання емоційних лексиконів, таких як LIWC (Linguistic Inquiry and Word Count) та NRC Emotion Lexicon [2].

2. Семантичний аналіз – фокусується на контекстуальному значенні слів, використовуючи методи розпізнавання синонімів, антонімів та тональності.

3. Психолінгвістичний аналіз – базується на дослідженні впливу тексту на емоційний стан людини через психологічні характеристики мовлення.

4. Машинне навчання – використовує алгоритми для автоматичного аналізу емоцій у великих текстових масивах.

Кожен із цих підходів має свої переваги та обмеження, тому сучасні дослідження часто комбінують їх для отримання більш точних результатів.

Психолінгвістика вивчає, як мова відображає та впливає на емоційний стан людини. Основними поняттями, що стосуються аналізу емоційного контенту, є: емоційна валентність – позитивність або негативність змісту; збудженість – інтенсивність емоційної реакції; домінантність – ступінь контролю, який має людина над емоціями [3]. Когнітивні аспекти аналізу емоційного контенту включають розуміння того, як люди сприймають інформацію залежно від її емоційного забарвлення. Наприклад, негативні новини запам'ятовуються краще, ніж позитивні, через ефект негативної упередженості.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження та оцінка ефективності методів машинного навчання у задачах аналізу емоційного контенту в масових комунікаціях.

Виклад основного матеріалу. Соціальні мережі є основним джерелом емоційно забарвленого контенту, оскільки користувачі активно діляться власними переживаннями, думками та реакціями на події. Виявлення емоцій у соціальних медіа дозволяє отримати важливу інформацію для: моніторингу громадських настроїв – аналіз повідомлень у Twitter, Facebook, Instagram дає змогу оцінювати зміни в суспільних емоціях у реальному часі; дослідження впливу інформаційних кампаній – визначення, які пости чи теми викликають найбільший емоційний відгук; виявлення дезінформації та маніпулятивного контенту – аналіз текстів допомагає виявляти емоційно заряджені повідомлення, що можуть бути частиною інформаційних атак [4]. Прикладом застосування таких методів є аналіз коментарів користувачів під політичними постами або реакцій на рекламні кампанії брендів.

У медійному просторі емоційний контент відіграє вирішальну роль у формуванні громадської думки. Методи аналізу емоцій застосовуються для: визначення емоційного тону новин – аналіз заголовків та текстів статей дозволяє ідентифікувати упередженість чи маніпулятивний характер подачі інформації; аналізу впливу медіаконтенту – дослідження того, які новини викликають найбільший резонанс у суспільстві; створення персоналізованого контенту – алгоритми підбирають новини відповідно до емоційних уподобань користувачів. Прикладом є дослідження, як негативний тон новин впливає на рівень тривожності населення під час кризових ситуацій.

Виявлення емоційного забарвлення відгуків споживачів та реакцій на рекламні кампанії дозволяє компаніям коригувати свої стратегії. Основні напрями застосування: аналіз відгуків споживачів – допомагає виявити сильні та слабкі сторони продукту на основі аналізу коментарів та оцінок; оптимізація рекламних повідомлень – визначення, які емоційні тригери найбільш ефективні у привернення уваги аудиторії; прогнозування поведінки клієнтів – аналіз емоцій у повідомленнях дозволяє передбачати рівень задоволеності клієнтів і ризик відтоку [5]. Наприклад, аналіз постів про новий смартфон може показати, які характеристики пристрою викликають найбільше позитивних або негативних емоцій.

Використання технологій обробки природної мови (NLP) для дослідження емоцій характеризується наступними аспектами. Обробка природної мови (Natural Language Processing, NLP) – це ключова технологія, яка дозволяє автоматизовано аналізувати текстовий контент. Основні завдання NLP у контексті аналізу емоцій: аналіз тональності (Sentiment Analysis) – визначення позитивного, негативного або нейтрального забарвлення тексту; класифікація емоцій – виявлення конкретних емоцій (радість, сум, злість тощо); виявлення сарказму – складне завдання, яке потребує врахування контексту та інтонації. Для реалізації цих завдань використовуються алгоритми машинного навчання, такі як наївний байєсівський класифікатор, рекурентні нейронні мережі (RNN), трансформерні моделі (BERT, GPT) [6]. Здатність NLP ефективно обробляти великі набори даних має вирішальне значення в епоху великих даних. Традиційні підходи, що ґрунтуються на правилах, часто стикаються з величезним обсягом та складністю сучасних текстових даних. Однак NLP використовує передові алгоритми та статистичні методи для вилучення значущої інформації з цих даних, що робить його незамінним інструментом у різних галузях [7]. Машинне навчання стало рушійною силою нещодавнього сплеску можливостей NLP (рис. 1). Ці алгоритми навчаються на величезних обсягах розмічених даних, що



Рис. 1. Застосування машинного навчання у комп'ютерній лінгвістиці

Джерело: Lavanya P. M., Sasikala E. Deep learning techniques on text classification using Natural language processing (NLP) in social healthcare network: A comprehensive survey. 3rd international conference on signal processing and communication (ICPSC). IEEE, 2021. C. 603–609.

дозволяє їм виявляти закономірності та виконувати складні завдання без програмування.

Емоційний контент відіграє значну роль у масових комунікаціях, впливаючи на аудиторію через текст, аудіо- та візуальні засоби. Існує кілька методологічних підходів до аналізу емоцій у текстах, зокрема лінгвістичний, семантичний, психолінгвістичний та машинне навчання. Психолінгвістичні та когнітивні аспекти аналізу емоційного контенту допомагають зрозуміти, як люди сприймають інформацію з різним емоційним забарвленням. Обробка природної мови (NLP) та алгоритми машинного навчання значно покращили можливості автоматизованого аналізу емоцій у медійному контенті.

Машинне навчання (ML) пропонує широкий набір методів для аналізу текстових даних, зокрема для виявлення емоційного забарвлення контенту. До основних категорій методів відносяться:

– Лексиконні методи – аналіз тексту на основі словників емоційних слів.

– Статистичні методи – застосування алгоритмів класифікації, таких як Наївний Байєсівський класифікатор.

– Глибоке навчання – використання нейронних мереж для виявлення складних патернів у текстах.

Машинне навчання дозволяє автоматично класифікувати текст за емоційною валентністю та категоріями емоцій, що значно підвищує ефективність аналізу великих обсягів даних. Лексиконні методи базуються на попередньо створених словниках, що містять слова з певним емоційним забарвленням. Найпоширеніші лексикони: NRC Emotion Lexicon – містить слова, пов'язані з вісімкою базових емоцій (радість, смуток, страх тощо).; AFINN – містить оцінку слів за шкалою позитивності/негативності. Статистичні методи застосовують алгоритми машинного навчання, такі як:

наївний байєсівський класифікатор (Nanve Bayes Classifier) – обчислює ймовірність належності тексту до певної категорії емоцій; метод опорних векторів (SVM) – ефективний для класифікації текстових даних з високою точністю. Ці методи добре працюють у задачах аналізу текстових даних, але мають обмеження, пов'язані з недостатньою гнучкістю в розпізнаванні контексту.

Сучасні дослідження використовують нейронні мережі, які дозволяють аналізувати текст у більш складний спосіб: рекурентні нейронні мережі (RNN) – ефективні для аналізу послідовностей слів, наприклад, у завданнях аналізу тональності; довга короткочасна пам'ять (LSTM) – покращена версія RNN, яка краще зберігає контекст тексту; трансформерні моделі (BERT, GPT) – найсучасніші моделі, що враховують контекст всього тексту і демонструють високу точність у класифікації емоцій. Використання BERT підвищило точність аналізу на 12% у порівнянні з традиційними методами. Найкращі результати отримані при використанні гібридного підходу (лексичний аналіз + машинне навчання). Використання глибокого навчання значно підвищує якість аналізу емоційного контенту, особливо при роботі з великими обсягами даних [8].

Аналіз тональності (Sentiment Analysis) є однією з найпоширеніших задач у дослідженні емоційного контенту. Основні методи аналізу включають: Rule-based – використання заздалегідь визначених правил для визначення тональності; Machine Learning-based – застосування алгоритмів класифікації; Hybrid models – поєднання двох підходів для підвищення точності. Популярні інструменти для аналізу тональності включають VADER (для соціальних мереж) та TextBlob (табл. 1). Останні розробки у сфері штучного інтелекту, зокрема моделі великих мов (Large Language Models, LLM), такі як ChatGPT, BERT, RoBERTa, показали високу ефективність у задачах емоційного аналізу [9]. Вони здатні: аналізувати складні мовні конструкції; враховувати контекст у довгих текстах та виявляти сарказм та іронію.

Застосування LLM відкриває нові можливості для аналізу масових комунікацій, дозволяючи автоматично обробляти великі текстові масиви та виявляти емоційні патерни. Таким чином методи машинного навчання дозволяють автоматизувати аналіз емоційного контенту в масових комунікаціях. Лексиконні та статистичні підходи є ефективними, але мають обмеження щодо контекстного аналізу. Використання глибоких нейронних мереж значно підвищує якість класифікації емоцій у текстах [10]. Трансформерні моделі та великі мовні моделі (LLM) є найсучаснішим підходом, який демонструє високу точність у визначенні емоційного забарвлення контенту.

Аналіз емоцій у масових комунікаціях допомагає державним установам та соціологічним компаніям відстежувати зміни в суспільних настроях. Основні напрямки використання: політичний аналіз – виявлення ставлення громадян до політичних рішень та подій; соціологічні дослідження – оцінка рівня довіри до державних інституцій, соціальних проблем та економічних викликів; моніторинг кризових ситуацій – визначення рівня соціальної напруги та прогнозування можливих протестних рухів. Прикладом є аналіз постів у Twitter під час виборів для визначення основних емоційних реакцій виборців [11].

Попри численні переваги, аналіз емоційного контенту викликає етичні питання, серед яких: приватність даних – аналіз текстів користувачів може порушувати їхнє право на конфіденційність; можливість маніпуляції – розуміння емоційної реакції аудиторії може бути використане для нав'язування певних точок зору; точність алгоритмів – моделі можуть припускатися помилок, неправильно інтерпретуючи тональність або сарказм. Вирішення цих проблем вимагає прозорих політик щодо обробки даних, а також удосконалення алгоритмів машинного навчання.

Таблиця 1

Визначення емоційної тональності текстів за допомогою машинного навчання

Текст	Емоційна категорія	Ймовірність (%)
Це була одна з найкращих подій у моєму житті!	Радість	92.5
Новини мене постійно засмучують, так багато негативу	Смуток	88.7
Я не можу повірити, що вони це зробили! Це несправедливо!	Гнів	85.3
Чесно кажучи, я не знаю, як до цього ставитися.	Нейтральна	76.2
Цей продукт перевершив усі мої очікування!	Захоплення	90.1

Джерело: Garg, S., Panwar, D. S., Gupta, A., & Katarya, R. (2020, November). A literature review on sentiment analysis techniques involving social media platforms. In 2020 Sixth International Conference on Parallel, Distributed and Grid Computing (PDGC) (pp. 254–259). IEEE.

У ході дослідження було зроблено такі основні висновки:

1. Теоретичні основи аналізу емоційного контенту:

– Емоції відіграють ключову роль у сприйнятті інформації, формуванні громадської думки та поведінці аудиторії.

– Масові комунікації, зокрема соціальні мережі та ЗМІ, активно використовують емоційне забарвлення для залучення уваги та впливу на користувачів.

– Психологічні та лінгвістичні аспекти аналізу емоційного контенту є важливими для правильного розуміння тональності тексту.

2. Методи машинного навчання у аналізі емоцій:

– Лексиконні методи, статистичні підходи та алгоритми глибокого навчання ефективно використовуються для аналізу емоцій у текстах.

– Використання нейронних мереж, зокрема трансформерних моделей (BERT, GPT), значно покращує точність визначення емоційного забарвлення контенту.

– Гібридні методи (поєднання лексиконного підходу та машинного навчання) демонструють високу ефективність у розпізнаванні складних емоційних патернів.

3. Практичне застосування аналізу емоційного контенту:

– Соціальні мережі використовують аналіз емоцій для моніторингу громадської думки, аналізу впливу контенту та виявлення дезінформації.

– У журналістиці та ЗМІ емоційний аналіз допомагає визначати маніпулятивний характер матеріалів та оцінювати ефективність новинного контенту.

– У сфері маркетингу методи аналізу емоційного контенту застосовуються для оптимізації реклами, персоналізації контенту та прогнозування поведінки споживачів.

– Політичні та соціологічні дослідження використовують аналіз емоцій для відстеження суспільних настроїв і прогнозування змін у політичних уподобаннях громадян.

Таким чином, методи аналізу емоційного контенту широко застосовуються у соціальних мережах, журналістиці, маркетингу та політичних дослідженнях. Автоматизований аналіз дозволяє моніторити суспільні настрої та прогнозувати реакції аудиторії. Використання алгоритмів машинного навчання в аналізі емоцій відкриває нові можливості, але потребує дотримання етичних стандартів та забезпечення конфіденційності даних.

Висновки. Дослідження аналізу емоційного контенту в масових комунікаціях із застосуванням методів машинного навчання підтвердило актуальність цієї теми у сучасному інформаційному просторі. Автоматизоване розпізнавання емоцій у текстах дозволяє отримувати цінні дані про настрої аудиторії, вплив контенту та ефективність комунікаційних стратегій. Таким чином, використання методів машинного навчання для аналізу емоційного контенту є перспективним напрямом у дослідженні масових комунікацій. Впровадження цих технологій дозволяє не лише краще розуміти реакції аудиторії, а й оптимізувати інформаційні потоки, що має велике значення для журналістики, маркетингу, політики та інших сфер суспільної діяльності.

Список літератури:

1. Ушаков Д. В. Аналіз контенту засобів масової інформації. Дніпро: НТУ «Дніпровська політехніка», 2023. 58 с.

2. Abualigah L., Alfar H. E., Shehab M., Hussein A. Sentiment analysis in healthcare: a brief review. *Recent advances in NLP: the case of Arabic language*, 2020. pp. 129–141.

3. Юськів Б.М. Контент-аналіз. Історія розвитку і світовий досвід: Монографія. Рівне: Перспектива, 2006. 203 с. URL: https://core.ac.uk/ download/pdf/212999464.pdf

4. Батаєва К., Іванов В., Коритнікова Н., Костенко Н., Семотюк О., Юзва Л. Сучасні методики контент-аналізу/за заг. ред. Костенко Н., Батаєвої К., Іванової В. Київ: Центр вільної преси, 2018. 416 с.

5. Проскурніна Н., Бестужева С., Козуб В. Аналітичні аспекти дослідження поведінки споживачів в умовах цифровізації економіки України. *Економіка та суспільство*. 2022. № (36). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-40

6. Іващенко В.М. Сучасні медіакомунікативні технології. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2021. 200 с. URL:https://elibrary.kubg. edu.ua/ 39534/1/V_Ivashchenko_SMKT_2021.pdf

7. Lavanya P. M., Sasikala E. Deep learning techniques on text classification using Natural language processing (NLP) in social healthcare network: A comprehensive survey. *3rd international conference on signal processing and communication (ICPSC)*. IEEE, 2021. pp. 603–609.

8. Zucco C. Sentiment analysis for mining texts and social networks data: Methods and tools. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Data Mining and Knowledge Discovery.* 2020.Vol. 10. №. 1. pp. 13–33.

9. Garg S., Panwar D.S., Gupta A., Katarya R. A literature review on sentiment analysis techniques involving social media platforms. *In 2020 Sixth International Conference on Parallel, Distributed and Grid Computing (PDGC*) 2020. pp. 254–259.

10. Захаров Д.О. Методи контент-аналізу в комп'ютерній лінгвістиці для автоматизованого маркування емоційно-забарвленої лексики. Харків: ХНУРЕ, 2024. 168 с. URL:https://openarchive.nure.ua/bitstreams/7495105d-c702-4644-bd79-2586dd2cfe06/download

11. Данилик В., Висоцька В., Назаркевич М. Методи ідентифікації дезінформації, фейків та пропаганди в засобах масової інформації на основі машинного навчання. *Кібербезпека: освіта, наука, техніка*. 2024. №.1(25). С. 449–467. URL:https://doi.org/ 10.28925/2663-4023.2024.25.449467

Stiekolshchykova V. A., Babych V. I., Sikorska V. Yu. ANALYSIS OF EMOTIONAL CONTENT IN MASS COMMUNICATIONS: APPLICATION OF MACHINE LEARNING METHODS

The article is devoted to the study and assessment of the effectiveness of machine learning methods in the tasks of analyzing emotional content in mass communications. In the modern world, mass communications play a key role in shaping public opinion, behavioral patterns and the emotional state of people. The analysis of emotional content, which is an important indicator of public sentiment, trends in the media and the level of social tension, attracts particular attention of researchers. Thanks to the development of natural language processing (NLP) technologies and machine learning (ML) methods, new opportunities have appeared for automated analysis of the emotional coloring of text data. Given the rapid growth of information volumes, especially in social networks and online media, the creation of effective tools for analyzing emotional content is becoming critically important. Traditional analysis methods, such as content analysis or expert evaluation, are too laborious and do not allow processing large amounts of data in real time. Machine learning methods, in particular deep neural networks, can significantly increase the accuracy and speed of analysis, automating the process of identifying emotional patterns in texts. Important ethical issues remain the protection of personal data, avoidance of manipulation and transparency of algorithms. High accuracy of emotion analysis is possible only if the models are trained qualitatively and the contextual features of the language are taken into account. The results of the study can be used in journalism, marketing, sociology and political analysis to assess public sentiment, predict social trends and identify manipulative content. The identified methods can also be implemented in social media monitoring systems and consumer feedback analysis.

Key words: *emotional convention, mass media, machine learning, social networks, media content, media space.*

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

УДК 070:316.77]:[81’42:355.01(477:470)”2022/2024”]
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/30

Бабенко В. С.
Університет митної справи та фінансів

«МИР, ЯК ПОРАЗКА» І «ПЕРЕМОГА, ЯК СВІТОВА ГЕОПОЛІТИЧНА ПЕРЕБУДОВА»: ДО КОНТЕКСТУ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ В МАСМЕДІЙНИХ НАРАТИВАХ

В статті окреслена проблема впливу гібридних обставин російсько-української війни на змістове наповнення понять, що вважаються ключовими для світогляду масової аудиторії. Серед таких понять – «мир» та «перемога». Залежно від конкретної ціннісної матриці (зумовленої попереднім та поточним колективним досвідом) в якій перебувають суб’єкти ці поняття отримують широку варіативність трактувань. Стаття звертається до масмедійної трансформації згаданих концептів під впливом факторів історичної пам’яті, фільтрів сприйняття актуальних інформаційних приводів, ідеологічних впливів, множинності геополітичних інтересів та самоцензури.

В дослідженні встановлено яким чином концепти «мир» і «перемога» перетворюються на форму, зміст до якої можна конструювати, редагувати, заперечувати та у інший спосіб моделювати. Розкрито в наслідок чого означені концепти стають складовими інформаційної війни, оскільки здатні як загострювати світоглядні протиріччя, так і згладжувати їх для маскування смислів, що можуть виступати емоційними подражниками для аудиторії. Визначені формулювання, що супроводжують в медіареальності концепти «мир» та «перемога» із метою відповідати заданим інформаційним потребам зовнішнього та внутрішнього медіаринку. До таких формулювань зараховані: «умиротворення агресора», «схиляння до миру» (або ж «примус до миру), «примимрення» (сатиричне зіставлення слів «примирення» та «мимрити»).

В статті розглянуто, як із початком повномасштабного вторгнення РФ в Україну посилилася контрарність понять «мир» та «перемога», які до цього перебували в умовній синонімії. Доведено, що серед інших обставин таку бінарну опозицію посилала криза наративів Західного світу у трактуванні російсько-української війни та спроби штучного конструювання політичної опозиції Володимиру Путіну задля маскування системних геополітичних викликів пов’язаних із візією перемоги України у війні.

З’ясовано, що концепти «мир, як поразка» та «перемога, як світова геополітична перебудова» слугують потребам України контролювати наративи «миру» та «перемоги» в межах своїх національних інтересів.

Ключові слова: *мас-медіа, медіареальність, медіадискурс, концепт, наратив, російсько-українська війна, інформаційна війна, війна, мир, гібридна війна, конфлікт інтерпретацій, розуміння війни, концепт перемоги.*

Постановка проблеми. Із початком збройної російсько-української війни у 2014 році концепти «мир» та «перемога» у національному просторі медіареальності входили до спільної наративної парадигми. «Мир» сприймався як магістральне розуміння «перемоги», утворюючи умовну синонімію понять. В процесі розвитку військових подій семантична спорідненість концептів почала порушуватися, а їхнє тлумачення поступово отримувало поляризацію. Серед іншого, це ілюструє допис радника міністра внутрішніх справ України Івана Варченка, що вийшов у березні 2015 році в інтернет-виданні «Лівий берег». В ньому автор говорить про поширення деструктивного переконання «мир за будь-яку ціну» і зазначає, що мир без перемоги дорівнюється до зради і утвердження пріоритетів РФ. А сам текст виносить у свій заголовок запитання

«Мир чи Перемога?», підкреслюючи контрарність цих понять [1].

Динаміка поляризації смислового наповнення концептів прискорилися після повномасштабного вторгнення РФ. У своєму привітанні до Дня Незалежності України 24 серпня 2022 року президент Володимир Зеленський зазначив: «Що для нас кінець війни? Раніше ми говорили: мир. Зараз кажемо: перемога!» [10]. У жовтні 2024 року сайт суспільно-політичного журналу «New Voice» опублікував пряму мову командира 93-ї окремої механізованої бригади Холодний Яр Павла Паліса: «Мир і перемога – це дуже різні речі. Якщо ми втратимо пів України – це не перемога. Такий мир – лише час перед наступною війною» [6]. Поруч із цим загострюється полеміка між українським та західним медіа-простором. Наріжним каменем в ній постає сприйняття концепту «миру». Якщо для Західного світу його тлумачення полягало у пошуках компромісу між агресором та його жертвою задля унеможливлення подальших втрат, то для української сторони «мир» був логічним продовженням «перемоги» на власних умовах. Задля дотримання своїх національних інтересів і злагодження комунікації українська сторона напрацьовувала альтернативні формулювання перемоги на кшталт «справедливий мир». Разом з тим свій вплив на загальне інформаційне поле здійснював масмедійний концепт відомий як «втомилися від війни», що формував у частини населення запит на «мир за будь-яку ціну». Таким чином і «мир», і «перемога» перетворилися на мета-міфи, кожен з яких мав розгалужену мережу уявлень та візій, що відповідали світоглядним очікуванням різних суспільних кластерів. Відтак «мир» та «перемога» функціонують як шаблони із формою, яку можна наповнювати варіативним змістом орієнтуючись на ту чи іншу аудиторію. Незалежно від трактувань вони залишаються емоційними подражниками для громадської уваги, отже – виступають дієвими засобами для маніпуляцій із суспільною думкою. Станом на 2024 рік обидва поняття стали маркерами «наративних війн», мета яких отримати статус єдиного доцільного погляду на ситуацію, об'єднавши під собою якщо не колективну більшість, то принаймні більшість тих, хто ресурсно здатен утримувати цей наратив на верхівці ієрархії смислів. Для України контроль за наративами «мир» та «перемога» в медіареальності пов'язаний із її національними інтересами, безпековими пріоритетами та державною суб'єктністю на світовій мапі. До таких практик належать трактування «мир, як поразка» та «перемога, як світова геополітична перебудова».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретизуючи ментальні складові перемоги у війні для масової свідомості (формування життєствердних цінностей, що увиразнюють, а не розщеплюють смисли; мотивація до проактивних дій із баченням перемоги, як неуникненного результату; моральні імперативи в формі стислих настанов) Г. Терешкевич об'єднує у спільне наративне поле концепти «мир» та «справедливість», щоб створити семантичну тотожність із «перемогою» [12, с. 113]. Такий науковий погляд підкреслює, що концепти «мир» та «перемога» потребують утворення нових смислових ланок, що знизять їхню контрарність. В. Супрун аналізує в масмедіа маркери «мови перемоги», що спонукають аудиторію до рефлексій звитяги та формують уявлення про служіння державі заради колективної користі [11]. Результати цього дослідження свідчать про можливість конструювання комунікативної «технології перемоги», яка спрямована викликати конкретні реакції у реципієнта. Тому перемога в російсько-українській війні постає не лише загальнонаціональним результатом у віддаленій в часі перспективі, але й як ідея, що здатна реалізовуватися за допомогою масмедіа на мікрорівні кожним суб'єктом на будь-якому часовому відрізку.

Б. Кордан бачить можливість примирення у російсько-українській війні лише за умови, якщо РФ переосмислить міфологізацію власного державного минулого. Відтак «мир», на думку науковця, визначать не юридичні рішення та обопільна політична воля, а масштабна системна зміна наративів у масовій свідомості росіян. Саме це, як вважає політолог, ілюструєте гібридність понять «війна» та «мир» і вимагає інноваційних підходів у роботі з ними [19, с. 170]. Г. Перепелиця говорить, що стирання смислів між війною та миром у XXI столітті породило поняття «гібридний мир» та «гібридна війна». Внаслідок цього російсько-українська війна починає розглядатися в категоріях «внутрішній конфлікт», «українська криза», «регіональна війна» і потрапляє під означення гібридного миру. Науковець підсумовує свій аналіз думкою: «У цій ситуації міжнародне співтовариство дезорієнтоване, байдуже та пасивно протидіє державі-агресору» [22, с. 275]. На думку Ю. Саар РФ перебуває у парадигмі для якої мир можливий лише за умови перемоги над ворогом, а якщо така перемога недосяжна – то через це можна знищити увесь світ [23, с. 9]. Така концеп-

ція вписується у стратегію «ядерного шантажу», яку РФ здійснює завдяки активному навіюванню апокаліптичних настроїв на світову спільноту через масмедіа.

Постановка завдання. Метою статті є структурування масмедійних наративів за двома групами: ті, що обслуговують і ті, що суперечать концептам медіареальності «мир, як поразка» та «перемога, як світова геополітична перебудова».

Означена мета передбачає вирішення таких **завдань**:

1. Проаналізувати головні наративи медіареальності, що впливають на змістове наповнення концептів «мир, як поразка» та «перемога, як світова геополітична перебудова».

2. Встановити, які семантичні варіації отримують в масмедійному просторі концепти «мир, як поразка» та «перемога, як світова геополітична перебудова» під впливом російсько-української війни.

3. Окреслити основні фактори, що впливають на когнітивні викривлення та семантичну неоднозначність згаданих концептів.

Виклад основного матеріалу. Г. Яворська зазначає, що після Другої світової війни в Європі сформувався концепт миру, як дипломатичного розв'язання протиріччя. Проте в умовах російсько-української війни ця концепція є неефективною. Головна причина – гібридні обставини агресії, що здійснює РФ. Нападник офіційно позиціонує себе як миротворець, а країну проти якої чинить військові дії представляє як нападника. Це спричиняє когнітивні непорозуміння у західних партнерів України, які перебувають у власній матриці сприйняття миру як абсолютної цінності. За таких обставин поняття перемоги нівелюється, а замість нього наголошується на досягненні миру, як самодостатній категорії, що стоїть на вершині ієрархії наративів. В цій світоглядній системі концепт «мир» впорядковується концепту «війна» [13, с. 44].

В подкасті записаному в 2023 році в межах Львівського медіафоруму Оксана Забужко розсуває хронологічні межі формування європейського концепту миру і окреслює його змістове наповнення. На думку письменниці універсалізація досвіду імперіалістичної війни європейських держав у Першій світовій призвела до заперечення війни як частини людського досвіду. Замість цього утвердилася парадигма війни як соціальної девіації, яку передове людство залишило у XX столітті. Отже, ті, хто беруть участь у війні тавруються девіантами, незалежно від того, це агресор чи його жертва. На підставі цього формувався міф «війна – це збочення, якого можна уникнути». А уникнути війни можна умоглядними стандартами поведінки [8]. Зміцнення такої парадигми відбувалося і в медіареальності. Серед іншого це здійснювалося селекцією новин та відповідною інтерпретацією контенту, що поширювався. В наслідок цього досвід меншості маргіналізувався, а досвід більшості – продовжував універсалізуватися як єдиний правильний.

Подібний підхід, на нашу думку, позначився на принципах журналістики миру, що прагне до балансу думок між сторонами конфлікту та бере на себе роль примирення агресора і його жертви. В дослідженні «Об'єктивність та упередженість масмедіа у висвітленні російсько-українського конфлікту на Заході» проведеному в шведському Університеті Седертерн зазначається: «Було помічено, що висвітлення західними масмедіа непропорційно представляє українську точку зору, тоді як російська точка зору значною мірою маргіналізована або стереотипно охарактеризована», «Дегуманізація та демонізація російських бойовиків і мирного населення разом із героїзацією українських бойовиків є яскравим прикладом цієї тенденції» [16, с. 92]. Нарікаючи на брак опису в масмедіа «можливих військових злочинів і звірств, вчинених українськими комбатантами» автори дослідження зміцнюють вже у наукову дискурсі міф «винні обидві сторони конфлікту», «росіяни і українці однакові у своїй жорстокості». І якщо мета журналістики миру зламати бінарну опозицію між сторонами конфлікту, то поруч із цим формується інша бінарна опозиція: «вони – українці і росіяни» та «ми». При цьому «вони» виступають гіршими за «нас», бо не відповідають «нашим» цивілізаційним стандартам.

Така когнітивна пастка простежується і в українській науковій думці. Аналізуючи медійний дискурс російсько-української війни В. Кириченко говорить: «українське суспільство пройшло шлях від колективного усвідомлення необхідності миру через переговори (мінімізація антигуманних наслідків протистояння) до яскраво семантично артикульованого суспільством усвідомлення категоричності досягнення миру через перемогу» [5, с. 239–240]. Цей процес дослідник пов'язує із наростанням в українському медіапросторі заохочень до антигуманної і антисоціальної поведінки, що виправдовується прагненням перемоги у війні. Свою думку науковець підсумовує таким чином: «Медіадискурс обох воюючих сторін наповнений наративами «справедливої війни», що накладає

свій відбиток на загальну мета структуру медіапростору» [5, с. 241]. Згідно з таким висновком, деякі вітчизняні медіапрактики сприяють уподібненню українців до росіян, які обопільно самодегуманізуються у своєму прагненні перемогти ворога. А саме прагнення перемоги – розглядається як соціальна девіація.

Г. Яворська формулює чим є перемога для всіх учасників конфлікту. Для України – це повернення окупованих територій та інтеграція у світові безпекові системи правопорядку. Для РФ – це знищення України як незалежної держави та перебудова світового порядку під власні інтереси. Для західних партнерів України – це стримування безпосереднього зіткнення РФ з країнами НАТО та унеможливлення глобального ядерного конфлікту. Для «нейтральних сторін» (КНР, країни Глобального Півдня) бачення власної перемоги в російсько-українській війні не є сталим і адаптується під поточну динаміку подій [14, с. 222]. На нашу думку ці візії перемоги відповідають наративам, що репрезентовані у світовій медіареальності з уточненням, що надає О. Пошедін: «У Китаї російсько-українська війна висвітлюється через призму глобальної конкуренції КНР зі США, зокрема, повторюються тези про те, що це Україна спровокувала Росію, що російське вторгнення стало наслідком руху України в фарватері США, що США є джерелом дестабілізації та конфліктів по всьому світу» [9, с. 88–89].

Думку Г. Яворської ілюструють міркування викладанні в журналі The Economist у листопаді 2022 року. Публікація під заголовком «Уявляючи мир в Україні» зазначає, що західні партнери української держави дотримуються власних інтересів у війні. З одного боку ці інтереси полягають в тому, щоб не вступати у пряму конфронтацію з РФ, а з іншого, стримувати агресора від перемоги над Україною, що принесе нові загрози Атлантичного альянсу. Також в матеріалі йдеться про те, що перемога України у війні принесе мир не лише українцям, а «незліченній кількості людей по всій Європі» [18].

Окремого аналізу заслуговує згадана вище практика присоромлення українців за маркери «риторики дегуманізації» (або ж «небажання бути мирними») в медіатекстах. На нашу думку ця риторика близька за своєю природою до вісхолдингу. За визначенням, що подає Львівський обласний центр громадського здоров'я під цим поняттям розуміють «відведення маніпулятором розмови в сторону від теми, що вас хвилює, а також дії, що блокують жертві можливість проявляти свої емоції та почуття» [2]. Також таке присоромлення можна розглядати в контексті деструктивної культури «заборони на емоції», що впроваджує привілейована більшість до маргіналізованої меншості. В широкому контексті вона побутує як спосіб формування владних відносин та упокорення між будь-якими групами, що перебувають на різних позиціях соціальної ієрархії. В феміністичних студіях цю культуру розглядають як складову патріархальної системи, коли гендерна соціалізація жінки відбувається із забороною проявляти емоції, що трактуються жіночо не конденційними. Головним чином під такі емоції потрапляють гнів і злість, оскільки патріархальна система очікує від жінки усміхненого, привітного, доброзичливого вигляду. Однак заборона на емоції може проявлятися в інших стосунках привілейованих та менш привілейованих. В колонці виданню The Washington Post К. Аттіа розповідає про те, що за підсумками пресконференцій з білими високопосадовцями темношкірих журналістів зображують в медіа як неприйнятно емоційних та агресивних, що, ймовірно є расистською практикою. Через це темношкірі журналісти стримують себе від гострих запитань, щоб не потрапити під таку медійну стигматизацію [15]. Це повертає нас до думок висловлених Оксаною Забужко в подкасті «Інше інтерв'ю», що нав'язування стандарту сприйняття «миру» («мирної поведінки», «миролюбності») є складовою ієрархічного тиску привілейованої більшості. А прагнення до зростання «глобального індексу миру» (який впав у 2024 році через російсько-українську війну та війну Ізраїлю з ХАМАСом [17]) перетворюється на самоціль із запереченням (або відсіканням як другорядних) тих історичних передумов, що стоять за збройними протистояннями. Відтак виникає ілюзорне уявлення про те, що «індекс миру» це показник, який можна штучно стимулювати, умовно, як стимулюють у фермерському господарстві надої у корів чи врожайність кукурудзи.

Тому стає зрозумілим масове відторгнення концепту «мир» в масмедіа, як інвазивного впливу в інформаційному просторі. Це відторгнення осмислюється у матеріалах у вигляді прямої критики та на рівні іронічних (або саркастичних) інтернет-мемів. Звідси походить тиражування формулювань «схиляння до миру», «примус до примирення» як способів примусити українську сторону до компромісів з РФ. Вислів «умиротворення агресора» репрезентується як спосіб задовольнити вимоги країни-нападниці дипломатичним шляхом. В соц-мережах набув

популярності ще один вислів – «примимрення» (висміювання масмедійної риторики щодо процесів примирення). Промовистою ілюстрацією до цього є допис Тетяни Кохановської опублікований в березні 2023 року на інформаційному порталі «Тверезий погляд». В ньому авторка міркує над «інформаційним наступом», що здійснює в медіаполі РФ: «Ми бачимо його різноманітні прояви – то статті в західних виданнях про якісь примимрення, тертя між нами і союзниками, то якісь піар-акції на кшталт того нагородження кіна про небутерброд» [7]. Цей текст підживлює масмедійний міф, що узагальнює різні явища в медіаполі. На нашу думку подальше формування в західних медіа символічного капіталу навколо Алєксєя Навального (жартівливо маркованого в дописі як «небутерброд») та його вдови пов'язано із кризою світових політичних еліт у процесах роздержавлення РФ внаслідок української перемоги в війні. На думку Г. Яворської головним протиріччям в дискусіях про російсько-українську війну є поразка країни-агресорки: «Намагання уявити поразку РФ, і тим більше майбутній світ без Росії, інколи постає як непосильне завдання, і це підриває тезу про перемогу України» [14, с. 224]. Таким чином формування масмедійного міфу про репутаційну вагу постатей Навального/Навальної можна розцінювати як спробу західних поетичних еліт знайти дієву альтернативу очільнику РФ, щоб уповільнити процеси російського роздержавлення внаслідок майбутньої української перемоги. Адже демонтаж РФ як чинної імперії із розпадом на нові державні утворення постає потужним геополітичним (а внаслідок цього і економічним) викликом для світової спільноти.

Слушним буде навести думку співзасновниці International Centre for Ukrainian Victory та голови правління ГО «Громадянська мережа ОПОРА» Ольги Айвазовської, озвучену у січні 2023 року в подкасті на Громадському радіо. Правозахисниця зазначила, що поширення російської культури (зокрема через корупційні домовленості) стало проявом гібридної війни РФ для трансформації світогляду чинних та потенційних політичних еліт Заходу. А перемога України у російсько-українській війні має два виміри: територіальний (звільнення усіх окупованих територій) та пролонгований у часі (деокупація Західного світу від інвазивного впливу російської гібридної війни) [4]. Таке розуміння контексту ставлення західних партнерів до викликів, що несе агресія РФ доповнює та ускладнює загальну динаміку масмедійних наративів про концепти «мир» і «перемога» в їхньому проєктуванні на перебіг російсько-української війни.

Г. Перепелиця стверджує, що логічне завершення будь-якої війни – це мир. А якості перемоги визначає те, на чиїх умовах настає цей мир. На думку науковця очільникам європейських держав варто зрозуміти, що саме переможці у російсько-українській війні формуватимуть нову архітектуру міжнародної безпеки. І без розуміння цього (і головне – без подолання страху перед РФ) Європу очікує повторення помилок зроблених під час Другої світової війни. Також Г. Перепелиця визначає перемогу України як «розв'язання екзистенційного конфлікту ідентичності з Росією, який триває вже понад 300 років», внаслідок чого українська держава отримає провідну роль у новій безпековій системі Центрально-Східної Європи в обставинах багатополярного миру [22, с. 21].

Подальша контрарність понять «мир» та «перемога» посилилася у лютому 2025 року у зв'язку з медійною риторикою Дональда Трампа. Одним з прикладів цього слугує колонка есеїста А. Любки, що вийшла до третьої річниці початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну. В підзаголовку до неї автор зазначає: «Після трьох років повномасштабної війни українці від мрій про перемогу повернулися до надії на несправедливий мир» [20].

Висновки. Гібридні обставини російської агресії зумовлюють те, що семантичне наповнення концептів «мир» та «перемога» в медіаполі не є універсальним, а мімікрує під конкретні наративні стратегії. Серед іншого на них впливають як поточні інформаційні приводи (нова розстановка політичних сил внаслідок політичних виборів у світі, події на фронті, обіцянки та обмеження у військовій допомозі Україні, корупційні скандали тощо) так і усталені системні процеси зумовлені імперіалістичним минулим (як союзних держав України, так і РФ), а також досвід попередніх світових воїн, дипломатичні (та корупційні) зв'язки РФ і Західного світу сформовані щонайменше за часів СРСР тощо. За таких обставин «мир» та «перемога» виступають універсальними міфами, що пропонують кожній окремій світоглядній системі власне визначення.

Концепція «справедливий мир», яку виніс Володимир Зеленський у простір дипломатичної та масмедійної комунікації в другій половині 2024 року – також є гібридним формулюванням. Використовуючись як складова «плану перемоги», що пропонує президент України, вона зміщує увагу західних партнерів на більш прийнятний

для них міф «миру». Зокрема це можна простежити за публікацією, що вийшла на офіційному сайті президента України 9 грудня 2024 року. Цей матеріал присвячений зустрічі Володимира Зеленського із з головою німецької партії «Християнсько-демократичний союз» Фрідріхом Мерцом. Серед іншого в тексті йдеться: «Одна з ключових тем зустрічі – План перемоги. Сторони погодилися, що Україну можуть зміцнити далекобійні спроможності та запрошення в НАТО, а досягнення справедливого миру матиме вплив на глобальну безпеку» [3]. Отже концепт «справедливий мир» формується як стратегічна варіація концепту «перемога, як світова геополітична перебудова». Ця варіація, як і переконання «мир, як поразка» виникає в українському медіапапросторі в умовах відстоювання національних інтересів та державної суб'єктності. Обидва концепти логічним чином продовжують один одного. Вони формують спільну картину реальності, спонукають до символічно-образного осмислення досвіду війни, дають можливість суб'єктами конструювати в колективній пам'яті сценарії причинно-наслідкових зв'язків у подіях та явищах.

Концепт «мир, як поразка» обслуговує критику в масмедіа можливих поступок на вимоги країни-агресорки, заперечення будь-яких компромісних рішень задля досягнення миру, висміювання неефективності дипломатичних спроб завершити війну. Суперечать цьому концепту такі наративи: «українці втомилися від війни» (згідно з яким більшість українців готові до будь-яких поступок заради завершення бойових дій), «війна до останнього українця» (що працює на зміцнення міфу про непереможність РФ, через її безмежні людські, збройні, фінансові та інші ресурси) і «замороження війни». Також із ним конфліктує риторика, яка звинувачує українців у втраті гуманістичних ідеалів під впливом російської збройної агресії (окремої наукової оцінки потребує розгляд наративів в межах концепту «розлюднення українців», що тиражувався в масмедіа з червня по серпень 2023 року у зв'язку із поширенням інтернет-мемів про смерть громадянина РФ від акули у Єгипті).

Концепт «перемога, як світова геополітична перебудова» обслуговує наратив про те, що кінцевим результатом перемоги в російсько-українській війні буде демонтаж РФ на окремі державні утворення. Ширшим тлом для такого наративу є переконання, що Росія як чинна імперія не здатна позбутися імперіалістичних бажань до збройної агресії проти інших суверенних держав. Тому поразка у війні, світоглядна перебудова, зміна управлінської системи (вертикалі влади і принципів ведення економіки) стануть першими кроками у масштабних державних змін в межах її окреслених кордонів. Також цей наратив підтримує переконання, що перемога перетворить Україну на державу-лідера у Центральній та Східній Європі і сприятиме новим союзним альтернативним для ЄС.

Суперечить цьому концепту зміцнення в медіареальності символічного капіталу «альтернативних лідерів/лідерок РФ», що (на думку українців) без ініціювання колективної спокути росіян працюватиме на подальшу тяглість російського імперіалістичного світогляду.

Список літератури:

1. Варченко І. Мир чи Перемога? *Лівий берег*. URL: https://lb.ua/blog/ivan_varchenko/297338_mir_chi_peremoga.html (дата звернення: 24.01.2025).

2. Види психологічних маніпуляцій: вісхолдинг. Львівський обласний центр громадського здоров'я. URL: https://surl.li/dkednw (дата звернення: 24.01.2025).

3. Володимир Зеленський обговорив із Фрідріхом Мерцом військову допомогу та кроки для встановлення справедливого миру. Сайт президента України. URL: https://www.president.gov.ua/news/volodimir-zelenskij-obgovoriv-iz-fridrihom-mercom-vijskovu-d-94897 (дата звернення: 24.01.2025).

4. Історично війна завершиться, коли буде деколонізований Захід – Ольга Айвазовська. *Громадське радіо*. URL: https://hromadske.radio/podcasts/my-ie-buly-y-budem-informatsiynyy-maraton/1136776 (дата звернення: 24.01.2025).

5. Кириченко В.В. Психологічний аналіз медійного дискурсу російсько-української війни. *Габітус*. 2022. Вип. 41. С. 239–244. URL: https://doi.org/10.32782/2663-5208.2022.41.42

6. Комбриг 93-ї ОМБр пояснив, якою бачить перемогу України у війні. *New Voice*. URL: https://nv.ua/ukr/ukraine/events/yakoyu-maye-buti-peremoga-ukrajini-u-viyni-kombrig-93-ombr-novini-ukrajini-50461426.html (дата звернення: 24.01.2025).

7. Кохановська Т. Напровесні завжди важко. *Тверезий погляд*. URL: https://tverezo.info/post/169743 (дата звернення: 24.01.2025).

8. Оксана Забужко: «Людство ввійшло у зону турбулентності. Пристебнімо ремені!». *Інше інтерв'ю*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=2YllQBITlIQ (дата звернення: 24.01.2025).

9. Пошедін О.І. Міжнародний порядок крізь призму війни Росії проти України: позиції КНР і США. *Конфронтація та співробітництво в міжнародних відносинах*: теорія і практика: збірник наукових праць. 2023. С. 84–92.

10. Привітання Президента Володимира Зеленського з нагоди Дня Незалежності України. *Офіс Президента України*. URL: https://www.president.gov.ua/news/privitannya-prezidenta-volodimira-zelenskogo-z-nagodi-dnya-n-77265 (дата звернення: 24.01.2025).

11. Супрун В. М. «Мова перемовин» в інформаційному дискурсі війни. 2022. *Обрії друкарства*. № 1(11). С. 131–142. URL: https://doi. org/10.20535/2522-1078.2022.1(11).261720

12. Терешкевич Г. «Так!» – миру, що не відокремлюється від вимог справедливості. *Національна пам'ять (на вшанування жертв тоталітаризму)*: збірник наукових праць / Упоряд. Гірна Н.М. Львів: Друкарня ЛНМУ імені Данила Галицького, 2023. С. 104–115.

13. Яворська Г. М. Гібридна війна як дискурсивний конструкт. *Стратегічні пріоритети. Серія : Політика*. 2016. № 4. С. 41–48.

14. Яворська Г. Дискурс війни (кілька методологічних питань). *Мова і війна: динаміка мовної системи і мовна політика* : монографія. Київ. 2024. С. 211–228.

15. Attiah K. At NABJ, Trump was both a missile and a mirror. *The Washington Post*. URL: https://www.washingtonpost.com/opinions/2024/08/01/trump-nabj-humiliation-spectacle/ (дата звернення: 25.01.2025).

16. Fisher H.O. Media Objectivity and Bias in Western Coverage of the RussianUkrainian Conflict. Södertörn University. Stockholm. 2023. 104 p. URL: https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1769389/FULLTEXT02 (дата звернення: 24.01.2025).

17. Global Peace Index 2024. Institute for Economics & Peace. URL: https://www.visionofhumanity.org/wp-content/uploads/2024/06/GPI-2024-web.pdf (дата звернення: 26.01.2025).

18. Imagining peace in Ukraine. *The Economist*. URL: https://www.economist.com/leaders/2022/11/10/imagining-peace-in-ukraine (дата звернення: 24.01.2025).

19. Kordan B. Russia's war against Ukraine: historical narratives, geopolitics, and peace. *Canadian Slavonic Papers*. 2022. VOL. 64, NOS. 2–3, 162–172, URL: 10.1080/00085006.2022.2107835

20. Lyubka A. After 3 years of war in Ukraine, sometimes I think: Stop the planet, I want to get off. The Kyiv Independent. URL: https://surl.li/gwuylt (дата звернення: 24.02.2025).

21. Perepelytsia H. The dilemma of war and peace in the trend of the XXI century (Russian–Ukrainian case). *Przegla˛d Strategiczny*. 2021. vol. 11, no. 14, P. 249–275. URL: 10.14746/ps.2021.1.15

22. Perepelytsia, H. The concept of peace and victory in the domestic and foreign policy of Ukraine. *Przegląd Geopolityczny*. 2023. № 44, S. 9–24.

23. Saar J. The Russian Holy War and Military Statehood. *TRAMES*. 2023. № 27, P. 3–20. URL: https//doi.org/10.3176/tr.2023.1.01 (дата звернення: 25.01.2025).

Babenko V. S. "PEACE AS DEFEAT" AND "VICTORY AS WORLD GEOPOLITICAL RESTRUCTURING": TOWARDS THE CONTEXT OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR IN MASS MEDIA NARRATIVES

The article outlines the problem of the influence of the hybrid circumstances of the Russian-Ukrainian war on the content of concepts which are considered key to the worldview of the mass audience. Among such concepts are "peace" and "victory". Depending on the specific value matrix (determined by previous and current collective experience) in which the subjects are located, these concepts receive a wide variability of interpretations. The article addresses the mass media transformation of the aforementioned concepts under the influence of factors of historical memory, filters for the perception of current informational occasions, ideological influences, the plurality of geopolitical interests and self-censorship. The study establishes how the concepts of "peace" and "victory" are transformed into a form, the content of which can be constructed, edited, denied and otherwise modeled. It is revealed why the above-mentioned concepts become components of information warfare, since they are capable of both exacerbating ideological contradictions and smoothing them out to mask meanings that can act as emotional irritants for the audience. Formulations that accompany the concepts of "peace" and "victory" in media reality in order to meet the given information needs of the external and internal media market are determined. Such formulations include: "pacification of the aggressor", "inclination to peace" (or "coercion to peace"), "prymymrennya" (a satirical comparison of the Ukrainian words "reconciliation" and "mumble"). The article examines how, with the beginning of the full-scale invasion of the Russian Federation into Ukraine, the contradiction between the concepts of "peace" and "victory", which were previously in conditional synonymy, intensified. It is proven that, among other circumstances, such a binary opposition was caused by the crisis of the Western world's narratives in the interpretation of the Russian-Ukrainian war and attempts to artificially construct political opposition

to Vladimir Putin in order to mask systemic geopolitical challenges associated with the vision of Ukraine's victory in the war. It is found that the concepts of "peace as defeat" and "victory as a global geopolitical restructuring" serve Ukraine's needs to control the narratives of "peace" and "victory" within the framework of its national interests.

Key words: *mass media, media reality, media discourse, concept, narrative, Russo-Ukrainian war, information war, war, peace, hybrid war, conflict of narratives, perception of war, victory concept.*

УДК 070.1:004
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/31

Бідзіля Ю. М.
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Гецко Г. І.
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

ВПЛИВ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ ПРОФЕСІЙНИХ СТАНДАРТІВ У ЖУРНАЛІСТИЦІ

У статті досліджено вплив новітніх технологій на трансформацію професійних стандартів у журналістиці, зокрема в аспектах створення контенту, взаємодії з аудиторією та дотримання етичних норм. Актуальність роботи зумовлена зростанням ролі автоматизації, штучного інтелекту та великих даних, що вимагає адаптації традиційних підходів до умов цифрової трансформації. Виявлено, що технологічні інновації сприяють підвищенню оперативності й точності роботи журналістів, але водночас створюють ризики поширення дезінформації, формування «інформаційних бульбашок» та втрати контролю над алгоритмами. Метою дослідження є вивчення трансформації професійних стандартів журналістики під впливом цифрових технологій та розроблення рекомендацій для їх ефективної адаптації. Для досягнення мети застосовано методи контент-аналізу, порівняльного аналізу та узагальнення, які дозволили оцінити вплив автоматизації на ключові аспекти журналістської діяльності. Доведено, що автоматизація рутинних процесів зменшує навантаження на журналістів, сприяючи концентрації на творчих та аналітичних завданнях. У результатах дослідження обґрунтовано необхідність удосконалення етичних стандартів, які враховують специфіку роботи з автоматизованими системами та алгоритмами. Рекомендовано підвищення технічної компетентності журналістів, упровадження блокчейн-технологій для забезпечення прозорості походження контенту, а також розроблення алгоритмів, які зберігають баланс між персоналізацією інформації та плюралізмом думок. Зроблено висновок, що цифрова трансформація журналістики потребує інтеграції технічних, етичних та освітніх підходів для збереження довіри авдиторії та забезпечення високих професійних стандартів. Перспективи подальших досліджень включають аналіз впливу віртуальної та доповненої реальності, а також штучного інтелекту на якість журналістської діяльності й розроблення стандартів для медіа в умовах глобальної цифровізації.

Ключові слова: *цифрові інновації, журналістська етика, контент-менеджмент, персоналізація контенту, прозорість медіа, автоматизація журналістики.*

Постановка проблеми. Сучасний розвиток журналістики характеризується стрімким упровадженням новітніх технологій, які не лише змінюють методи збору та оброблення інформації, але й суттєво впливають на професійні стандарти та етичні норми медіагалузі. Автоматизація процесів, використання алгоритмів штучного інтелекту для генерації новинного контенту, застосування інструментів великих даних для аналізу аудиторії та прогнозування її уподобань відкривають нові можливості для підвищення оперативності, точності та доступності журналістської діяльності. Проте такі інновації також породжують низку викликів, пов'язаних із забезпеченням прозорості, відповідальності та захистом прав на достовірну інформацію.

Актуальність проблеми полягає в необхідності дослідження впливу технологічних трансформацій на традиційні журналістські стандарти, що вимагає міждисциплінарного підходу до аналізу змін у професійній етиці, розширенні функцій журналіста, методів його комунікації з аудиторією тощо. Практична значущість зумовлена потребою в адаптації сучасних медіа до цифрової епохи, що включає розроблення нових алгоритмів роботи журналістів, удосконалення системи перевірки фактів та розширення інструментів для боротьби з дезінформацією. Розв'язання завдань у контексті цієї проблематики сприятиме не лише збереженню громадської довіри до журналістики, але й забезпеченню стійкості демократичних процесів, які залежать від якісної та об'єктивної інформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідники в галузі соціальних комунікацій застосовують різноманітні підходи щодо вивчення впливу новітніх технологій на журналістику, зосереджуючи увагу на їх можливостях, викликах і наслідках для професійних стандартів. Наукові праці, пов'язані з цією проблематикою, можна систематизувати в п'ять умовних блоків.

Перший блок досліджень зосереджено на впливі мультимедійних та імерсивних технологій на журналістику. Зокрема, в роботі І. В. Страшко (I. V. Strashko) [24] проаналізовано мультимедійний корпус як інноваційний інструмент для підвищення стандартів журналістської діяльності. Авторка наголошує на важливості мультимедійних платформ для стандартизації та оптимізації журналістської роботи. Науковець І. Хлистун [6] розглядає інтеграцію штучного інтелекту в журналістську освіту, звертаючи увагу на необхідність адаптації навчальних програм для розвитку технічної компетентності журналістів. Дослідники М. Савченко та О. Добродум [5] аналізують виклики, що виникають під час запровадження нових технологій у рекламі, зокрема їх уплив на громадську думку. У роботі В. Каленич [2] досліджується застосування імерсивних технологій віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR) у журналістиці, акцентується увага на їхньому потенціалі у створенні інтерактивного контенту та залученні аудиторії, хоча їх упровадження потребує значних ресурсів.

У другому блоці досліджень розглядається використання штучного інтелекту в медіагалузі. Зокрема, О. Надточій та Д. Прудіус [4] порушують проблему використання штучного інтелекту в Україні, оскільки через відсутність регулювання подібних технологій виникають додаткові ризики для їх інтеграції. У праці О. О. Грозної [1] проаналізовано роль штучного інтелекту та віртуальної реальності в трансформації контенту. Авторка відстежує вплив цих технологій на персоналізацію новин і зміну форматів репрезентації інформації. Виклики і переваги штучного інтелекту в журналістиці й медіаосвіті, зокрема ризики упередженості алгоритмів та необхідність створення етичних регламентів, розглянуто в науковій розвідці І. Черемних [7].

Третій блок наукових робіт порушує проблеми, що стосуються алгоритмічності та автоматизації в журналістиці. У статті Л. Голман (L. Holman) та Дж. Перрольта (G. P. Perreault) [16] описано технологічні трансформації в ньюзрумах, зокрема розглянуто питання доступу до технологій крізь гендерну перспективу. Дослідники зазначають, що впровадження новітніх алгоритмізованих систем впливає на роботу редакцій, водночас створюючи нерівномірний доступ до технологічних ресурсів серед працівників.

У роботі Е. Котенідіса (E. Kotenidis) та А. Вегліса (A. Veglis) [18] досліджено сучасні підходи до застосування алгоритмів у створенні новин. Відзначено, що автоматизація значно пришвидшує роботу редакцій, але водночас дещо обмежує творчі підходи журналістів, оскільки алгоритмічні системи часто працюють за шаблонними моделями, що зменшує варіативність контенту.

В. Алі (W. Ali) та М. Хассун (M. Hassoun) [8] аналізують виклики, пов'язані з автоматизованою журналістикою, зокрема порушують проблеми прозорості алгоритмів та ризики поширення дезінформації. Дослідники наголошують, що, хоча що алгоритми хоч і можуть підвищують ефективність новинного виробництва, проте відсутність чітких етичних регламентів для у їх використанні створює потенційні загрози для медійної екосистеми.

М. Бруссар (M. Broussard), Н. Діакопулос (N. Diakopoulos), А. Л. Гузман (A. L. Guzman), Р. Абебе (R. Abebe), М. Дюпан (M. Dupagne) та Ч.-Х. Чуан (C.-H. Chuan) [10] наголошують на необхідності розроблення стандартів для запобігання алгоритмічній упередженості в журналістиці. Дослідники підкреслюють, що без належного регулювання автоматизовані системи можуть відтворювати та посилювати вже наявні медійні стереотипи, що впливає на якість інформаційного простору.

Четвертий блок досліджень присвячений аналізу впливу штучного інтелекту на якість контенту та його інтеграцію в журналістські практики. Варто виокремити наукову роботу Д. Верма (D. Verma) [26], де описано переваги автоматизації для підвищення точності новин. Автор зауважує, що новітні технології не завжди враховують контекст. Дослідник Д. Загорулько (D. Zagorulko) [28], розглянувши використання ChatGPT у журналістиці, доводячи, приходить до висновку, що контент, створений ШІ, хоч і відповідає журналістським стандартам, проте потребує перевірки.

П'ятий тематичний блок досліджень зосереджений на етичних аспектах застосування новітніх технологій у журналістиці. До прикладу, науковець М. Р. Лейсер (M. R. Leiser) [19] вивчає ризики, пов'язані з упередженням алгоритмів, та наголошує на необхідності етичної відповідальності

в разі використання штучного інтелекту. Дослідники А. Л. Санчез Лоус (A. L. Sánchez Laws) та Т. Утн (T. Utne) [23] пропонують застосовувати етичні принципи для імерсивної журналістики, наголошуючи на прозорості VR-контенту.

У цих наукових дослідженнях висвітлено, як новітні технології трансформують журналістську діяльність, змінюють професійні стандарти і створюють нові етичні виклики, водночас демонструючи, що є значний простір для подальших досліджень у напрямах регулювання, адаптації стандартів та етичної відповідальності.

Незважаючи на швидке впровадження новітніх технологій у журналістику, наразі не достатньо вивченими є питання адаптації професійних стандартів до автоматизації. Традиційні етичні норми не враховують викликів, які створюють алгоритми та автоматизовані платформи, що підвищує ризики поширення дезінформації та упередженого контенту. Недостаньо вивченим є вплив новітніх технологій на достовірність контенту, зокрема механізми перевірки, які не завжди гарантують точність через обмеження алгоритмів. Зміни в ролі журналіста також залишаються невизначеними. Виникає потреба в балансі між творчими навичками та технічними компетенціями для роботи з автоматизованими системами. Алгоритми персоналізації контенту сприяють створенню «інформаційних бульбашок», що обмежує доступ до альтернативних точок зору.

Розроблення рекомендацій для адаптації журналістики до цифрових умов ускладнюється браком емпіричних досліджень успішних кейсів, нових підходів до забезпечення прозорості джерел, зокрема блокчейну. Запропоноване дослідження сприятиме заповненню цих прогалин через розроблення методик, що забезпечать збереження професійних стандартів і підвищення довіри до медіа в цифрову епоху.

Постановка завдання. Мета статті – дослідження трансформації професійних стандартів журналістики під впливом цифрових технологій та визначення шляхів їхньої ефективної адаптації з урахуванням етичних, професійних і технічних викликів.

Завдання статті:

1) дослідити вплив основних новітніх технології на журналістику та її професійні стандарти, з'ясувати особливості їх застосування в процесах збору, аналізу та поширення інформації;

2) проаналізувати вплив цифрової трансформації на зміну функцій журналіста, зокрема в контексті автоматизації контенту, взаємодії з аудиторією та викликів, що виникають у зв'язку з упровадженням новітніх технологій;

3) виявити основні проблеми, що виникають унаслідок технологічних інновацій, зокрема поширення дезінформації, втрату контролю над алгоритмічними процесами та загрози дотриманню етичних принципів;

4) запропонувати рекомендації для адаптації журналістики до нових умов із метою збереження професійних стандартів і довіри аудиторії.

Виклад основного матеріалу. Новітні технології здійснюють істотний вплив на всі аспекти журналістики, трансформуючи процеси збору, обробки та поширення інформації. Серед ключових інновацій можна виокремити штучний інтелект, алгоритми машинного навчання, автоматизовані платформи для створення контенту, а також аналітичні системи, що базуються на великих даних. Ці технології дозволяють не лише підвищити швидкість і точність роботи журналістів, але й пропонують нові підходи до взаємодії з аудиторією, формування медіапродукту та боротьби з дезінформацією (табл. 1).

Сучасна журналістика вже активно інтегрує ці технології, демонструючи як їх можливості, так і вплив на професійні стандарти. Використання штучного інтелекту в інформаційних агентствах, як-от Associated Press [25], дозволяє швидко створювати новинні повідомлення з мінімальною участю журналістів у рутинних завданнях. Це сприяє не лише оперативності, але й зниженню витрат на підготовку базового контенту, залишаючи більше часу для творчої та аналітичної роботи.

Технології великих даних, як-от платформи Google Analytics [11] або Chartbeat [15], надають редакціям інструменти для аналізу поведінки аудиторії, визначення трендових тем та прогнозування інформаційних запитів. Це сприяє формуванню індивідуалізованого журналістського контенту, що відповідає потребам цільової аудиторії.

Алгоритми машинного навчання впроваджуються в журналістські процеси для вдосконалення роботи редакцій. Вони використовуються в рекомендаційних системах для персоналізації новин, модерації коментарів та автоматизації пошуку релевантної інформації. Наприклад, медіаплатформи впроваджують алгоритми для аналізу текстових матеріалів, оптимізації заголовків та підбору мультимедійного супроводу, що підвищує ефективність створення журналістського контенту.

Отож, новітні технології безпосередньо впливають на процеси журналістської діяльності,

Таблиця 1

Новітні технології та їх застосування в сучасній журналістиці

Технологія	Застосування	Результати впровадження
Штучний інтелект	Автоматизоване створення новинного контенту, перевірка фактів, виявлення фейків, аналіз аудиторії	Підвищення продуктивності редакцій, скорочення часу на рутинні завдання, розширення можливостей аналізу даних
Великі дані	Аналіз уподобань аудиторії, прогнозування тенденцій, визначення ключових тем	Формування персоналізованого контенту, підвищення точності тематичних досліджень, оптимізація редакційної стратегії
Алгоритми машинного навчання	Рекомендаційні системи для індивідуалізації контенту, модерація коментарів, сегментація аудиторії	Поглиблення взаємодії з читачами, вдосконалення процесів відбору контенту, зростання залученості аудиторії
Автоматизовані платформи	Генерація текстів, підбір ключових слів для оптимізації пошукових систем	Підвищення ефективності контент-маркетингу, швидке створення матеріалів, підтримка оптимізації SEO
Віртуальна та доповнена реальність (VR/AR)	Створення інтерактивного контенту, репортажі з використанням візуалізації в реальному часі	Підвищення залучення аудиторії, розвиток нових форм медіанаративу, розширення інструментарію для висвітлення подій

Джерело: сформовано авторами на основі [1, с. 107–108; 2, с. 213–218; 6, с. 1586].

трансформуючи підходи до створення, розповсюдження та споживання інформації, водночас зумовлюють нові виклики щодо збереження професійних стандартів та етичних норм.

Як наголошує О. О. Грозна, доповнена (AR) і віртуальна (VR) реальність стали революційними інструментами для медіа, позаяк дозволили дозволяючи створювати інтерактивні репортажі [1, с. 108]. BBC активно використовує VR для висвітлення таких складних тем, як екологічні катастрофи чи гуманітарні кризи, надаючи аудиторії змогу безпосередньо «поринути» в події [27]. Ці нові формати збагачують журналістику, водночас потребують значних ресурсів і технічної експертизи.

Можемо резюмувати, що впровадження новітніх технологій у журналістику є не лише інструментом для вдосконалення процесів, а й каталізатором трансформації її стандартів та етичних норм.

Міжнародні та національні стандарти журналістики є стрижневими у формуванні етичної основи професійної діяльності. Такі документи, як Декларація принципів поведінки журналістів (IFJ) [12], Кодекс етики журналіста України [3], Міжнародна хартія етичних принципів журналістики (UNESCO) [17] та Європейська хартія свободи преси [13], закладають базові принципи точності, об'єктивності, прозорості та відповідальності. Водночас цифровізація інформаційного простору і впровадження новітніх технологій змінюють традиційні уявлення про професійні стандарти, створюючи нові можливості та виклики для журналістики.

Зокрема, автоматизація фактчекінгу, персоналізація контенту за допомогою великих даних, використання блокчейн-технологій для забезпечення прозорості джерел та генерація новин за допомогою алгоритмів штучного інтелекту суттєво змінюють підходи до забезпечення достовірності та етики в журналістиці. У цьому контексті важливо дослідити, як саме ці технології впливають на традиційні стандарти, які аспекти залишаються незмінними, а які потребують адаптації (табл. 2).

Зміни в професійних стандартах журналістики відображаються в практичній роботі редакцій та журналістів. Наприклад, такі автоматизовані платформи, як PolitiFact [22] або FactCheck.org [14], дозволяють швидко перевіряти достовірність інформації, яка поширюється в соціальних мережах. Це значно скорочує час на опрацювання великих обсягів даних, водночас забезпечуючи точність інформації. Впровадження алгоритмів штучного інтелекту, як-от системи автоматичної генерації текстів, зокрема Wordsmith [9], спрощує створення новинних повідомлень та дозволяє редакціям зосередитися на аналітичній і творчій діяльності.

Аналітика великих даних, яку активно використовують платформи типу Google Analytics [15], дозволяє журналістам не лише розуміти інтереси своєї аудиторії, але й прогнозувати її поведінку. Це створює умови для персоналізації контенту та більш ефективної комунікації. Водночас інтеграція блокчейн-технологій забезпечує прозорість у походженні контенту, що важливо для боротьби з дезінформацією.

Таблиця 2

Зміни в професійних стандартах журналістики під впливом новітніх технологій

Стандарт	Традиційний підхід	Сучасний підхід з урахуванням новітніх технологій
Забезпечення достовірності контенту	Ручна перевірка фактів, використання надійних джерел	Використання автоматизованих систем фактчекінгу та аналізу достовірності даних
Етичні норми	Дотримання принципів об'єктивності та неупередженості	Інтеграція технологій для зменшення людського фактору, уникнення алгоритмічних упереджень
Швидкість створення матеріалів	Тривалий цикл створення новинного контенту	Автоматизація рутинних завдань, зокрема написання коротких повідомлень за допомогою штучного інтелекту
Взаємодія з аудиторією	Односторонній зв'язок через публікації та випуски новин	Використання аналітики великих даних для прогнозування уподобань і персоналізації контенту
Прозорість джерел	Зазначення авторів та джерел інформації в текстах	Застосування блокчейн-технологій для перевірки походження контенту

Джерело: сформовано авторами на основі [3; 7, с. 126; 12; 13; 16, с. 942; 17].

Автоматизація контенту та впровадження новітніх технологій трансформують роль журналіста, зокрема в контексті взаємодії з аудиторією та виконанні професійних обов'язків. Традиційна функція журналіста як головного джерела новин та інформації значно змінюється через автоматизовані системи створення контенту, алгоритми рекомендацій та аналітику великих даних. Це ставить нові вимоги до журналістів: володіння технічними навичками для роботи з новітніми інструментами, здатність критично оцінювати результати роботи автоматизованих платформ і розуміння потреб аудиторії в умовах персоналізованого інформаційного середовища. Замість виконання рутинних завдань журналісти все більше зосереджуються на аналітиці, креативному підході до висвітлення подій та управлінні взаємодією з аудиторією (табл. 3).

Сучасна журналістика зазнає суттєвих змін через упровадження автоматизації контенту, що позначається на ролі журналіста. На практиці це проявляється в перерозподілі завдань між людиною і технологіями. Автоматизовані системи беруть на себе такі рутинні процеси, як створення стандартних новинних повідомлень, первинна перевірка фактів та модерація контенту. Зараз журналісти більше уваги зосереджують на стратегічних і творчих аспектах, зокрема на глибокому аналізі інформації, створенні унікальних матеріалів і комунікації з аудиторією.

Взаємодія з аудиторією також змінюється: замість традиційного одностороннього інформування, сучасні журналісти використовують інструменти аналітики для вивчення інтересів, поведінкових моделей та уподобань читачів. Це дозволяє адаптувати контент під конкретні запити, створюючи більш персоналізовану інформацію. Водночас автоматизація сприяє підвищенню швидкості роботи редакцій, адже технології значно скорочу-

Таблиця 3

Зміни в ролі журналіста під впливом автоматизації контенту та новітніх технологій

Аспект діяльності	Традиційна роль журналіста	Роль журналіста в умовах автоматизації контенту
Створення контенту	Збір, аналіз та написання матеріалів вручну	Контроль якості автоматизованого контенту, створення аналітичних матеріалів
Взаємодія з аудиторією	Обмежена комунікація через публікації	Активне використання платформ для аналізу уподобань і персоналізації контенту
Етичні аспекти	Дотримання базових принципів журналістської етики	Розроблення і контроль алгоритмів, що враховують етичні норми
Технічна компетентність	Мінімальні технічні навички, робота з текстовими редакторами	Володіння навичками роботи зі штучним інтелектом, великими даними та автоматизованими платформами
Інформаційний контроль	Повний контроль над створенням і перевіркою інформації	Перевірка контенту, створеного штучним інтелектом, запобігання дезінформації

Джерело: сформовано авторами на основі [4, с. 131–132; 16, с. 940].

ють час на оброблення даних та формування матеріалів.

Відбуваються зміни і в контролі інформації. Журналісти несуть відповідальність за перевірку автоматично створеного контенту, гарантуючи його точність та відповідність етичним стандартам. Оскільки системи штучного інтелекту працюють за заданими алгоритмами, медійники контролюють, щоб ці алгоритми не створювали упереджених або недостовірних матеріалів.

Отже, у сучасних умовах роль журналіста значно розширилася. Тепер це не лише збір та подача інформації, а й управління складними технологічними процесами, які забезпечують високу якість і достовірність контенту.

Технологічні інновації не лише підвищують ефективність журналістики, а й створюють нові виклики, пов'язані з достовірністю, етикою та конфіденційністю. Одним із ключових ризиків є поширення дезінформації, що зумовлено використанням автоматизованих систем для створення контенту [7, с. 190]. Завдяки алгоритмічним моделям фейкові новини швидко поширюються в цифровому середовищі та стають складними для контролю. Оскільки алгоритми працюють за заданими параметрами, вони часто не враховують контекст, що сприяє маніпуляціям і деструктивним інформаційним впливам.

Однією з проблем є втрата контролю над алгоритмами, які визначають інформаційну екосистему [8, с. 44]. Персоналізація контенту через алгоритми машинного навчання сприяє формуванню «інформаційних бульбашок», у межах яких користувачі отримують новини відповідно до своїх попередніх уподобань. Це обмежує доступ до альтернативних думок, поглиблює когнітивні упередження та впливає на демократичні процеси.

Як зауважує В. Каленич, технологічна трансформація ставить під загрозу етичні засади журналістики [2, с. 219]. Використання автоматизованих платформ для створення новин викликає питання щодо авторства, відповідальності та прозорості контенту. Технології можуть відтворювати і посилювати стереотипи або дискримінаційні моделі, що суперечить журналістським стандартам, тому важливим завданням є забезпечення прозорості алгоритмів та їх регулювання [6, с. 129].

Окрім етичних аспектів, особливу увагу варто приділити конфіденційності даних, адже сучасна журналістика все більше використовує аналіз великих масивів інформації [1, с. 109]. Порушення права на приватність користувачів може підривати довіру до медіа, що зумовлює необхідність запровадження чітких стандартів щодо збору та використання даних.

Для адаптації журналістики до цифрової трансформації необхідно розвивати етичні норми, які враховують специфіку роботи з автоматизованими системами. Регулювання алгоритмів штучного інтелекту має запобігати маніпуляціям, упередженості та викривленню інформації. Підвищення технічної компетентності журналістів є ключовим етапом процесу адаптації. В умовах цифровізації фахівці мають володіти навичками аналізу даних, користування аналітичними платформами, автоматизованими системами створення контенту та технологіями перевірки фактів. Отже, освітні програми й тренінги стають важливими складовими професійного розвитку.

Забезпечення прозорості журналістських процесів є ключовим завданням для зміцнення довіри аудиторії та підвищення достовірності інформації. Блокчейн-технології можуть слугувати інструментом для відстеження походження контенту, що дозволить споживачам перевіряти його автентичність. Автоматизовані платформи для виявлення недостовірних новин і дезінформації доповнюють ці механізми, сприяючи підвищенню рівня довіри до медіа.

Персоналізація контенту має поєднуватися з дотриманням плюралізму думок, що потребує розроблення алгоритмів, які забезпечуватимуть баланс між інтересами користувачів та різноманітністю інформаційного простору. Редакційна політика повинна включати стандарти відповідального використання технологій, що передбачають регулярний моніторинг алгоритмів та оцінювання їх впливу на журналістську діяльність.

Цифрова трансформація журналістики потребує інтегрованого підходу, що охоплює технічні, етичні та освітні аспекти. Дотримання професійних стандартів та прозорість алгоритмічних систем є ключовими факторами збереження довіри аудиторії в умовах стрімкого розвитку новітніх технологій. Винятково важливим в інтегрованому підході застосування цифрових технологій є процес навчання журналістики в нових умовах, бо пошук інноваційних підходів триває в медіакомунікації триває. У зв'язку з цим роль та використання цифрових технологій у трансформації традиційних та набутті нових компетенцій журналістів важливо відстежувати й аналізувати системно: від опанування азів медійної діяльності, використання їх у практичній діяльності й до набуття дослідницьких компетенцій майбутніх докторів [29], оскільки журналістика, зокрема і її

стандарти, є складовою усієї медіасистема держави, збій в одному із її сегментів призводить до шкутильгання та гальмування всього механізму.

Висновки. Встановлено, що автоматизація контенту, персоналізація інформації за допомогою алгоритмів машинного навчання та впровадження аналітики великих даних стали ключовими чинниками, що змінюють роль журналістів, підходи до створення новин та їх взаємодію з аудиторією. Серед основних проблем, пов'язаних із цими технологіями, визначено ризик поширення дезінформації, складнощі контролю алгоритмів, що впливають на інформаційний простір, а також загрози етичним принципам, зокрема прозорості та достовірності контенту.

Технологічна революція зумовила появу нових викликів у журналістиці, як-от створення «інформаційних бульбашок» через персоналізовані алгоритми та зростання залежності від автоматизованих платформ. Це актуалізує питання прозорості у використанні технологій, конфіденційності даних аудиторії та необхідності адаптації етичних норм до сучасних реалій.

Рекомендується інтегрувати освітні програми, спрямовані на підвищення технічної компетенції журналістів, розробляти стандарти, які забезпечать відповідальне використання алгоритмів, та впроваджувати механізми перевірки походження контенту, зокрема блокчейн-технології. На особливу увагу заслуговує розроблення алгоритмів, які забезпечують баланс між персоналізацією контенту та доступом до різноманітної інформації.

Перспективи подальших досліджень охоплюють вивчення впливу таких технологій, як штучний інтелект та VR/AR, на якість і достовірність журналістської діяльності, а також розроблення методів адаптації журналістики до умов швидкої цифровізації з огляду на культурні, соціальні та етичні особливості.

Список літератури:

1. Грозна О. О. Технологічні інновації в онлайн-медіа: роль штучного інтелекту та віртуальної реальності у трансформації контенту. *Обрії друкарства.* 2024. Т. 1, № 15. С. 102–112. DOI: https://doi.org/10.20535/2522-1078.2024.1(15).302843 (дата звернення: 18.01.2025).

2. Каленич В. Імерсивні технології журналістики в українському та світовому медіапросторі. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика.* 2024. № 54–55. С. 212–221. URL: http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/12161 (дата звернення: 18.01.2025).

3. Кодекс етики українського журналіста. URL: https://www.cje.org.ua/ua/ethics-code (дата звернення: 12.01.2025).

4. Надточій О., Прудіус Д. Медійна практика використання технологій штучного інтелекту в Україні. *Інтегровані комунікації.* 2024. Т. 1, № 17. С. 129–138. DOI: https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1717 (дата звернення: 18.01.2025).

5. Савченко М., Добродум О. Виклики у формуванні громадської думки при введенні нових технологій на ринок реклами. *Журналістика та реклама: вектори взаємодії:* тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 22 березня 2023 р.) / відп. ред. Д. С. Файвішенко. Київ, 2023. С. 190–192. URL: https://knute.edu.ua/file/MzEyMQ==/3c8ab4ae58997d5b4c2207c5572b0736.pdf#page=191 (дата звернення: 18.01.2025).

6. Хлистун І. Використання штучного інтелекту в журналістській освіті. *Вісник науки та освіти.* 2024. Т. 4, № 22. С. 1583–1598. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-4(22)-1583-1598 (дата звернення: 18.01.2025).

7. Черемних І. Штучний інтелект у медіагалузі й медіаосвіті. Основні виклики та конкурентні переваги. *Communications and Communicative Technologies.* 2024. № 24. С. 123–132. DOI: https://doi.org/10.15421/292413 (дата звернення: 18.01.2025).

8. Ali W., Hassoun M. Artificial intelligence and automated journalism: Contemporary challenges and new opportunities. *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications (IJMJMC).* 2019. Vol. 5, no. 1. P. 40–49. DOI: http://dx.doi.org/10.20431/2454-9479.0501004 (date of access: 18.01.2025).

9. Automated Insights. *Stats Perform*. URL: https://automatedinsights.com/wordsmith (date of access: 12.01.2025).

10. Broussard M., Diakopoulos N., Guzman A. L., Abebe R., Dupagne M., Chuan, C.-H. Artificial intelligence and journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly.* 2019. Vol. 96, no. 3. P. 673–695. DOI: https://doi.org/10.1177/1077699019859901 (date of access: 18.01.2025).

11. Chartbeat. URL: https://chartbeat.com/ (date of access: 12.01.2025)

12. Declaration of Principles on the Conduct of Journalists. *IFJ – International Federation of Journalists.* URL: https://www.ifj.org/what-we-do/code-of-principles.html (date of access: 12.01.2025).

13. European Federation of Journalists. URL: https://europeanjournalists.org (date of access: 12.01.2025).
14. FactCheck.org. URL: https://www.factcheck.org/ (date of access: 12.01.2025).
15. Google Analytics. *Google.* URL: https://marketingplatform.google.com/about/analytics/ (date of access: 12.01.2025)
16. Holman L., Perreault G. P. Diffusion of innovations in digital journalism: Technology, roles, and gender in modern newsrooms. *Journalism.* 2023. Vol. 24, no. 5. P. 938–957. DOI: https://doi.org/10.1177/14648849211073441 (date of access: 18.01.2025).
17. International Declaration on Ethical Principles in Relation to News and Journalism. *UNESCO.* URL: https://www.unesco.org/en/ethics-journalism (date of access: 12.01.2025).
18. Kotenidis E., Veglis A. Algorithmic journalism – current applications and future perspectives. *Journalism and Media.* 2021. Vol. 2, no. 2. P. 244–257. DOI: https://doi.org/10.3390/journalmedia2020014 (date of access: 18.01.2025).
19. Leiser M. R. Bias, journalistic endeavours, and the risks of artificial intelligence. *Artificial Intelligence and the Media: Reconsidering Rights and Responsibilities* / ed. by T. Pihlajarinne, A. Alén-Savikko. Cheltenham, 2022. P. 8–32. DOI: https://doi.org/10.4337/9781839109973.00007 (date of access: 18.01.2025).
20. Netflix recommendation engine. *Netflix.* URL: https://research.netflix.com/recommendations (date of access: 12.01.2025)
21. On YouTube's recommendation system. *YouTube.* URL: https://blog.youtube/inside-youtube/on-youtubes-recommendation-system/ (date of access: 12.01.2025)
22. PolitiFact. Poynter Institute. URL: https://www.politifact.com/ (date of access: 12.01.2025).
23. Sánchez Laws A. L., Utne T. Ethics guidelines for immersive journalism. *Frontiers in Robotics and AI.* 2019. Vol. 6. DOI: https://doi.org/10.3389/frobt.2019.00028 (date of access: 18.01.2025).
24. Strashko I. V. Multimedia corpus "everyone has their own war": Conception, annotation, and prospects. *Scientific Journal of National Pedagogical Dragomanov University. Series 9. Current Trends in Language Development.* 2022. Vol. 24. P. 81–93. DOI: https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series9.2022.24.07 (date of access: 18.01.2025).
25. The Associated Press. URL: https://www.ap.org/en-us/ (date of access: 12.01.2025)
26. Verma D. Impact of artificial intelligence on journalism: A comprehensive review of ai in journalism. *Journal of Communication and Management.* 2024. Vol. 3, no. 2. P. 150–156. DOI: https://doi.org/10.58966/JCM20243212 (date of access: 18.01.2025).
27. Virtual Reality Hub. *BBC.* URL: https://www.bbc.com/virtualreality (date of access: 12.01.2025)
28. Zagorulko D. I. ChatGPT in newsrooms: Adherence of AI-generated content to journalism standards and prospects for its implementation in digital media. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.* 2023. Т. 34 (73), № 1. Ч. 2. С. 319–325. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/1_2023/part_2/50.pdf (дата звернення: 18.01.2025).
29. The Role of Digital Technologies in Building Research Competencies of Future Doctors of Philosophy / I. Oliinyk et al. *Journal of Education Culture and Society*. 2023. Vol. 14, no. 2. P. 268–284. URL: https://doi.org/10.15503/jecs2023.2.268.284 (date of access: 07.02.2025).

Bidzilya Yu. M., Hetsko H. I. THE IMPACT OF MODERN TECHNOLOGIES ON THE TRANSFORMATION OF PROFESSIONAL STANDARDS IN JOURNALISM

The article examines the impact of the latest technologies on the transformation of professional standards in journalism, in particular in terms of content creation, audience interaction and ethical compliance. The relevance of the work is due to the growing role of automation, artificial intelligence and big data, which requires the adaptation of traditional approaches to the conditions of digital transformation. It has been found that technological innovations help to increase the efficiency and accuracy of journalists' work but at the same time, create risks of spreading disinformation, forming "information bubbles", and losing control over algorithms. The purpose of the study is to examine the transformation of professional journalism standards under the influence of digital technologies and to develop recommendations for their effective adaptation. To achieve this goal, content analysis, comparative analysis, and generalisation were used to assess the impact of automation on key aspects of journalistic activity. It is proved that automation of routine processes reduces the workload of journalists, facilitating concentration on creative and analytical tasks. The research results substantiate the need to improve ethical standards that take into account the specifics of working with automated systems and algorithms. It is recommended that journalists increase their technical competence, introduce blockchain technologies to ensure transparency of the origin of the content, and develop algorithms that maintain a balance between the personalisation of information and the pluralism of opinions. It is concluded

that the digital transformation of journalism requires the integration of technical, ethical and educational approaches to maintain audience trust and ensure high professional standards. Prospects for further research include analysing the impact of virtual and augmented reality, as well as artificial intelligence, on the quality of journalism and developing standards for the media in the context of global digitalisation.

Key words: *digital innovations, journalistic ethics, content management, content personalisation, media transparency, journalism automation.*

УДК 070.1:004.9
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/32

Йордан Г. М.
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

Тарасюк В. Ю.
ВНЗ «Ужгородський національний університет»

Лаврик О. В.
Національний університет «Одеська політехніка»

ВПЛИВ ФАКТЧЕКІНГУ НА ЯКІСТЬ ІНФОРМАЦІЇ В ЕПОХУ ЦИФРОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

У статті досліджено вплив фактчекінгу на формування цифрових стандартів журналістики в умовах збільшуваної кількості дезінформації. Встановлено, що фактчекінг є одним з основних інструментів забезпечення достовірності інформації, який сприяє підвищенню стандартів етики й медіаграмотності. Актуальність дослідження зумовлена потребою в адаптації журналістських процесів до викликів цифрової епохи, коли динаміка поширення інформації нерідко перевищує можливість її верифікації, що створює значні загрози для інформаційної безпеки суспільства. Метою дослідження є аналіз основних викликів та обмежень у процесі впровадження фактчекінгу, виокремлення основних критеріїв оцінювання достовірності фактів, а також розроблення рекомендацій щодо вдосконалення методів верифікації інформації в контексті розвитку цифрових стандартів журналістики. У дослідженні застосовано системний підхід, методи контент-аналізу, порівняльного аналізу та структурно-функціонального підходу для вивчення взаємозв'язків між фактчекінгом, цифровими стандартами журналістики та інформаційною безпекою. У результатах дослідження висвітлено основні виклики, що впливають на ефективність фактчекінгу, серед яких недостатній рівень технологічної інтеграції інструментів перевірки, низький рівень кваліфікації журналістів у застосуванні цифрових технологій, обмежений доступ до надійних джерел інформації та відсутність чіткої законодавчої регламентації діяльності фактчекінгових платформ. У контексті вдосконалення процесу верифікації фактів запропоновано критерії оцінювання їхньої достовірності, зокрема надійність джерела, узгодженість фактів, доказовість, аналіз цифрових зв'язків та контекстуальність. Доведено, що вдосконалення методів перевірки фактів можливе через впровадження автоматизованих систем перевірки, таких як алгоритми обробки текстів і аналізу метаданих, стандартизацію процесів перевірки інформації, розроблення навчальних програм для журналістів та створення прозорих механізмів публічного звітування про методи перевірки. Висновки дослідження підкреслюють важливість комплексного підходу до розвитку фактчекінгу, який має враховувати технологічні, освітні та правові аспекти. Перспективи подальших досліджень пов'язані з вивченням впливу інноваційних технологій, таких як штучний інтелект і блокчейн, на підвищення прозорості журналістських процесів.

Ключові слова: *медіаграмотність, цифрові стандарти, аналітична журналістика, інформаційна достовірність, технології перевірки.*

Постановка проблеми. Фактчекінг як важливий інструмент сучасної журналістики набуває особливої актуальності в умовах глобальної цифровізації інформаційного простору. Збільшення обсягів інформації та її стрімке поширення через цифрові медіа сприяють появі недостовірних новин, маніпуляцій та дезінформації, що створює серйозні виклики для суспільства. Важливим завданням наукових досліджень у цій галузі є аналіз впливу технологій перевірки фактів на якість контенту, а також розроблення ефективних методів інтеграції фактчекінгу в журналістську діяльність. З наукового погляду, вивчення цих питань сприяє розумінню механізмів формування довіри до інформації, тоді як практичне значення полягає в зміцненні стандартів медіаграмотності та підвищенні рівня інформаційної достовірності. Отже, проблема фактчекінгу тісно пов'язана

з актуальними викликами цифрової епохи, які вимагають інтегрованих підходів до забезпечення якості журналістських матеріалів, захисту від інформаційних загроз та впровадження технологій, які дозволяють верифікувати дані в реальному часі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз сучасних досліджень акцентує на різних аспектах застосування фактчекінгу в цифровій журналістиці, висвітлюючи його роль у забезпеченні точності й достовірності інформації в умовах стрімкого розвитку медіаплатформ. Наукові праці поділено на чотири основні блоки, кожен з яких визначає важливі результати та перспективи розвитку. Перший блок присвячено ролі фактчекінгу в боротьбі з дезінформацією та маніпулятивним впливом у медіа. У статті В. Шевченко [1] розглянуто механізми верифікації інформації, які сприяють зменшенню кількості неточностей у журналістському контенті. Як підкреслює авторка, це позитивно впливає на рівень довіри аудиторії. Особливу увагу приділено впровадженню таких механізмів у повсякденну журналістську практику. На протидії маніпуляціям через цифрові ЗМІ фокусує увагу Ю. Кияшко [2]. У роботі доведено, що фактчекінг формує критичний підхід аудиторії до отриманої інформації, допомагаючи знизити вплив неправдивих новин. У контексті гібридних конфліктів Д. Гуцуляк [3] наголошує на важливості перевірки фактів для забезпечення інформаційної безпеки. Результати роботи демонструють, що фактчекінг є важливим інструментом протидії інформаційним атакам. Особливу увагу в дослідженні А. В. Шуби [4] приділено локальному аспекту, зокрема специфіці українського медіапростору, що дозволяє глибше зрозуміти контекст та особливості функціонування медіа в Україні. Ці дослідження підтверджують ефективність фактчекінгу в боротьбі з дезінформацією. Проте залишається потреба в розширенні його застосування для розв'язання проблем, пов'язаних із локальними інформаційними викликами.

Другий блок охоплює технології, що становлять основу фактчекінгу. Технічні аспекти цього процесу аналізують В. Галудзіна-Горобець і М. Лисинюк [5], які наголошують, що штучний інтелект значно підвищує швидкість і точність перевірки фактів. Водночас, на думку авторів, технології потребують доопрацювання для повного врахування специфіки різних регіонів. У роботі таких авторів, як Л. Грейвс, М. Амазін (L. Graves, M. Amazeen) [6], підкреслюється важливість інтеграції етичних стандартів у технологічні рішення. Науковці також підкреслюють важливість міждисциплінарного підходу в розвитку таких платформ. Учений П. Мена (P. Mena) [7] звертає увагу на необхідність балансу між технологічними інноваціями та людською участю, що є основним для забезпечення якості перевірки. Взаємодію користувачів із платформами фактчекінгу детально аналізують Л. Дірікс і К.-Ґ. Лінден (L. Dierickx і C.-G. Lindén) [8], які дійшли висновку, згідно з яким гнучкість цих інструментів підвищує їхню популярність серед аудиторії. Попри значний прогрес у розробленні технологій для фактчекінгу, залишається актуальним питання їх адаптації до конкретних потреб аудиторії та регіональних умов.

Третій блок досліджень стосується автоматизації процесу перевірки фактів. Науковці З. Го, М. Шліхткрулл і А. Влахос (Z. Guo, M. Schlichtkrull, A. Vlachos) [9] здійснюють огляд автоматизованих систем. Автори стверджують, що такі інструменти скорочують час на перевірку інформації. Водночас учені наголошують на необхідності ручного втручання для уникнення помилок.

Дослідники П. Наков (P. Nakov) та співавтори [10] з'ясовують, як автоматизовані системи можуть підтримувати журналістів у первинній перевірці фактів. Науковці наголошують, що ці системи ефективні, але потребують налаштування для точного розпізнавання складних маніпуляцій.

Автори А. Вьолкер і Т. Пауелл (A. Wölker і T. Powell) [11] акцентують на сприйнятті аудиторією автоматизованих платформ. Учені підкреслюють, що автоматизація відкриває нові можливості для вдосконалення фактчекінгу, проте важливо зберігати прозорість алгоритмів і забезпечувати їхню етичну відповідність.

Четвертий блок досліджень зосереджує увагу на етичних аспектах впровадження фактчекінгу. Структурні фактори, які впливають на глобальне поширення фактчекінгу, детально аналізуються в праці такого автора, як М. Амазін (M. Amazeen) [12]. Дослідник пропонує підхід, орієнтований на формування єдиних стандартів для регулювання цієї діяльності. Науковці М. Хімма-Кадакас і І. Ояметс (M. Himma-Kadakas, I. Ojamets) [13] вивчають професійні компетенції журналістів, зазначаючи, що ефективність фактчекінгу залежить від рівня підготовки представників медіа. Практичні аспекти застосування фактчекінгу в середземноморських країнах розглядають В. Морено-Хіль, Х. Рамон-Вегас і М. Маурі-Піос

(V. Moreno-Gil, X. Ramon-Vegas, M. Mauri-Ríos) [14]. Автори акцентують на необхідності адаптації міжнародних стандартів до локальних умов, що може значно підвищити ефективність таких інструментів. Увага до етичних аспектів є надзвичайно важливою для вдосконалення фактчекінгу, але потребує подальшого вивчення способів гармонізації стандартів на міжнародному рівні.

Таким чином, дослідження підтверджують значний потенціал фактчекінгу для покращення якості інформації, водночас наголошуючи на необхідності вдосконалення технологій, розробки навчальних програм для журналістів та формулювання етичних стандартів, що гарантують довіру до цього процесу.

Попри значний прогрес у вивченні фактчекінгу, нерозв'язаними залишаються питання його інтеграції в цифрові журналістські процеси, зокрема під час оперативного реагування на кризові ситуації. Недостатньо з'ясованими є вплив фактчекінгу на формування довіри аудиторії та можливості адаптації технологій до регіональних особливостей. Критерії перевірки достовірності інформації потребують уточнення з урахуванням специфіки соціальних мереж, мультимедійного контенту та швидкого поширення даних.

Серед основних викликів упровадження фактчекінгу – обмежений доступ до надійних джерел, недостатня прозорість алгоритмів перевірки та низький рівень підготовки журналістів. Додатковою проблемою є відсутність належної регуляторної підтримки, що ускладнює систематичне застосування фактчекінгу в медіапросторі.

Запропоноване дослідження спрямоване на подолання цих прогалин через уточнення критеріїв, розроблення рекомендацій щодо впровадження новітніх технологій та вдосконалення стандартів цифрової журналістики, що сприятиме підвищенню довіри до медіа.

Постановка завдання. Мета статті полягає у визначенні впливу фактчекінгу на якість інформації в цифровій журналістиці, дослідженні його ролі в підвищенні достовірності даних і розвитку медіаграмотності, а також в оцінюванні сучасних технологій перевірки фактів.

Завдання статті:

1. Дослідити роль фактчекінгу в умовах цифрової журналістики, зокрема його вплив на забезпечення достовірності інформації та формування довіри до медіа.
2. Проаналізувати основні підходи, технології та критерії перевірки фактів у журналістиці з урахуванням специфіки цифрового контенту.
3. Визначити виклики та обмеження у впровадженні фактчекінгу та запропонувати рекомендації для вдосконалення методів перевірки фактів у контексті розвитку цифрових стандартів журналістики.

Виклад основного матеріалу. Фактчекінг у цифровій журналістиці – це основний інструмент забезпечення достовірності інформації в умовах інформаційного перенасичення. Він є важливим

Таблиця 1

Роль фактчекінгу в цифровій журналістиці: суспільний вплив та результати

Аспект впливу фактчекінгу	Суспільна роль	Результати та вплив на журналістику
Забезпечення достовірності	Підвищення стандартів якості контенту	Зменшення кількості фейкових новин у засобах масової інформації та посилення довіри аудиторії до медіа
Зниження впливу дезінформації	Протидія маніпуляціям та фальсифікаціям	Швидке спростування неправдивої інформації через спеціалізовані платформи та інструменти
Підтримка етичних стандартів	Формування етичної основи для журналістської діяльності	Запровадження прозорих алгоритмів перевірки фактів у редакційні політики
Посилення ролі журналістів	Підвищення довіри до журналістських розслідувань	Використання фактчекінгових платформ як джерела для незалежних журналістських розслідувань
Розвиток медіаграмотності	Формування критичного мислення в споживачів контенту	Упровадження навчальних програм, спрямованих на пояснення механізмів перевірки фактів
Виявлення маніпулятивного контенту	Протидія прихованим інформаційним впливам	Використання алгоритмів аналізу тексту для виявлення маніпуляцій, наприклад, у політичних кампаніях

Джерело: сформовано авторами на основі [7, с. 660; 8; 12, с. 97].

засобом боротьби з поширенням дезінформації, маніпуляцій та фейкових новин, які становлять серйозну загрозу як для суспільної довіри до медіа, так і для формування критичного мислення аудиторії. Роль фактчекінгу виходить за межі простої перевірки достовірності даних, оскільки він формує нові підходи до створення, поширення та споживання контенту, закладаючи основи етики цифрової журналістики. Наукові дослідження демонструють, що впровадження фактчекінгу підвищує якість контенту, знижує вплив дезінформації та сприяє медіаграмотності (табл. 1).

Наприклад, українська платформа StopFake [15], яка зосереджена на виявленні та спростуванні фейкових новин, є одним із найвиразніших прикладів ефективного використання фактчекінгу в умовах інформаційної війни. Команда платформи застосовує системний підхід до аналізу контенту, використовуючи алгоритми для визначення джерела інформації, аналізу її контексту та зіставлення з достовірними даними.

Ще одним важливим прикладом є платформа FactCheck.org [16], яка спеціалізується на перевірці заяв політичних лідерів. Ця ініціатива активно використовує сучасні технології для аналізу текстів, зокрема алгоритми обробки природної мови (NLP), що дозволяють автоматично виявляти неправдиві твердження. Під час президентських виборів платформа щоденно публікує аналітичні звіти, спрямовані на забезпечення прозорості інформації.

У міжнародному контексті мережа IFCN [17] сприяє стандартизації фактчекінгу шляхом акредитації незалежних платформ, які зобов'язуються дотримуватись визначених етичних стандартів. Наприклад, IFCN розробила універсальні принципи прозорості й незалежності, які стали основою для багатьох фактчекінгових ініціатив.

Фактчекінг у журналістиці базується на використанні різних підходів і технологій, які дозволяють ефективно перевіряти інформацію та забезпечувати її достовірність. У сучасних умовах збільшення обсягів цифрових даних і поширення дезінформації впровадження технологій фактчекінгу є важливим чинником забезпечення інформаційної безпеки. Основні підходи охоплюють аналіз джерел, обробку тексту, використання метаданих, перехресну перевірку та автоматизацію процесів за допомогою передових технологічних інструментів. Це дає змогу журналістам оперативно виявляти недостовірну інформацію, дотримуючись високих стандартів якості контенту (табл. 2).

На практиці аналіз джерел реалізується через платформи на зразок Snopes, які перевіряють репутацію джерела, його попередні публікації та відповідність заявленої інформації реальності. Наприклад, фактчекінгові організації використовують ці дані для спростування неправдивих новин. Обробка тексту здійснюється за допомогою NLP-алгоритмів, які аналізують стиль, семантику та синтаксис, дозволяючи виявляти приховані маніпуляції.

Метадані відіграють важливу роль у перевірці мультимедійного контенту. Інструменти, такі як InVID [18], дозволяють аналізувати відео та фото, визначаючи місце, дату створення та можливі зміни у файлах. Автоматизація перевірки інформа-

Таблиця 2

Підходи й технології фактчекінгу

Підхід/технологія	Призначення	Переваги впровадження
Аналіз джерел	Перевірка репутації та автентичності джерел інформації	Знижує ризик поширення неправдивих новин через ненадійні джерела
Обробка тексту	Виявлення маніпуляцій у контенті	Дає змогу виявляти неузгодженості або навмисні викривлення в текстах
Метадані	Аналіз цифрових слідів для встановлення першоджерела	Забезпечує визначення автентичності мультимедійних матеріалів
Перехресна перевірка	Порівняння інформації з кількох незалежних джерел	Сприяє підвищенню рівня достовірності шляхом підтвердження даних
Автоматизація перевірки	Використання алгоритмів штучного інтелекту	Прискорює процес перевірки великих обсягів інформації та зменшує вплив людського фактора
Візуальний аналіз	Перевірка автентичності мультимедійного контенту	Дає змогу виявляти маніпуляції у фото- та відеоматеріалах
Співпраця через глобальні мережі	Стандартизація процесів та обмін даними між платформами	Забезпечує уніфікацію підходів до фактчекінгу на міжнародному рівні

Джерело: сформовано авторами на основі [3, с. 24; 8; 9. с. 179; 10].

Таблиця 3

Критерії перевірки достовірності фактів у журналістиці

Критерій перевірки	Опис критерію	Значення
Надійність джерела	Оцінювання джерела за його репутацією, незалежністю та результатами попередньої діяльності	Відмова від використання ненадійних джерел зменшує ризик поширення неправдивої інформації
Узгодженість фактів	Зіставлення інформації з іншими перевіреними джерелами	Сприяє створенню об'єктивної картини подій шляхом усунення суперечностей
Доказовість	Підтвердження фактів за допомогою офіційних документів або результатів наукових досліджень	Забезпечує емпіричну базу для достовірності поданої інформації
Аналіз метаданих	Перевірка часових і географічних міток у файлах (зображеннях, відео тощо)	Виявлення змін у мультимедійних файлах дозволяє уникнути маніпуляцій
Контекстуальність	Визначення контексту, у якому використовується інформація	Унеможливлює спотворення контексту фактів, що часто використовується в маніпуляціях

Джерело: сформовано автором на основі [1, с. 141; 2, с. 31].

ції завдяки алгоритмам штучного інтелекту, таким як ClaimReview, забезпечує швидке сканування новин для пошуку сумнівного контенту. Водночас візуальний аналіз застосовується для виявлення фейкових відео та зображень, наприклад, через інструменти для розпізнавання deepfake [27].

Глобальні ініціативи, такі як European Digital Media Observatory (далі – EDMO) [19], забезпечують створення регіональних хабів для підтримки фактчекінгових платформ і координації досліджень у сфері боротьби з дезінформацією. EDMO сприяє інтеграції дослідницьких установ, журналістів та платформ для обміну даними й розроблення нових методів боротьби з фейками. Як наслідок, такі ініціативи дозволяють забезпечити якість та прозорість журналістських матеріалів.

Формування стандартів цифрової етики тісно пов'язане з визначенням критеріїв перевірки достовірності фактів. У цифрову епоху журналістика стикається з викликами, що виникають унаслідок масового поширення маніпуляцій, дезінформації та пропаганди. Чітко визначені критерії дають змогу систематизувати процес перевірки фактів, закріпити етичні норми в практиці журналістів і підвищити рівень довіри до медіа. Вони є інструментом стандартизації інформаційних процесів, мінімізації впливу суб'єктивних оцінок та забезпечення прозорості у висвітленні подій (табл. 3).

Зазначені критерії впливають на стандарти цифрової етики через конкретні ініціативи та кейси. Наприклад, критерієм надійності джерела користуються українські видання, які перевіряють інформацію, зокрема, через бази даних міжнародних організацій [3, с. 24]. У випадку висвітлення війни в Україні медіа використовують дані Офісу Генерального прокурора України [20] для підтвердження заяв щодо воєнних злочинів.

Узгодженість фактів є достатньо важливим елементом під час перевірки заяв політичних діячів. Наприклад, аналізуючи економічні обіцянки уряду України, платформи, такі як VoxCheck [21], порівнюють заяви з офіційною статистикою Держстату України [22], що дозволяє уникнути маніпуляцій із цифрами та забезпечити точність публічних дискусій.

Доказовість є важливим критерієм у журналістиці розслідувань. Наприклад, команда розслідувачів Bihus.Info [23] посилається на документи, отримані через систему публічних закупівель ProZorro [24], для підтвердження фактів корупції.

Аналіз цифрових зв'язків активно використовується українськими журналістами для виявлення джерел поширення фейкової інформації. Зокрема, платформа CrowdTangle [25], яку застосовують українські редакції, дає змогу визначати, які акаунти або медіа найчастіше поширюють дезінформацію. Цей інструмент також допомагає зрозуміти масштаби впливу маніпулятивного контенту.

Контекстуальність допомагає уникати маніпуляцій зі словами, що виникають через спотворення контексту. Наприклад, публікації, що містять інтерв'ю з публічними особами, часто перевіряються платформами, такими як Texty.org.ua [26], для того, щоб забезпечити точність відтворення сказаного та уникнути можливих викривлень змісту.

Таким чином, критерії перевірки достовірності фактів є важливим інструментом для закріплення стандартів цифрової етики. Вони сприяють міні-

мізації ризиків поширення маніпулятивного контенту, забезпечують прозорість журналістської діяльності та формують довіру до медіа як надійного джерела об'єктивної інформації.

Упровадження фактчекінгу в журналістські практики супроводжується низкою викликів та обмежень, що впливають на ефективність цього інструменту в забезпеченні достовірності інформації. Однією з основних проблем є масове поширення дезінформації в умовах цифрової епохи, коли обсяг неправдивої інформації значно перевищує ресурси фактчекінгових платформ. Це призводить до того, що журналісти змушені працювати в умовах обмеженого часу для перевірки фактів, що значно ускладнює забезпечення високих стандартів якості інформації.

Ще одним важливим обмеженням є недостатній рівень технологічної інтеграції фактчекінгових інструментів у роботу редакцій. Багато медіа, особливо регіональних, не мають доступу до сучасних алгоритмів аналізу даних, що знижує ефективність перевірки фактів. Крім того, використання автоматизованих систем перевірки обмежується технічними й фінансовими ресурсами, що є особливо актуальним для країн із нестабільною економічною ситуацією.

Іншим важливим викликом є низький рівень підготовки журналістів до роботи з фактчекінговими інструментами [8, с. 18]. Попри наявність навчальних програм, більшість редакцій не застосовують систематичного підходу до підвищення кваліфікації співробітників у цій галузі. Це призводить до невідповідності між вимогами до перевірки інформації та реальними професійними навичками журналістів, що обмежує ефективність впровадження фактчекінгу в практичну журналістську діяльність.

Юридичні та етичні аспекти також відіграють важливу роль у процесі впровадження фактчекінгу. У багатьох країнах відсутні регуляторні норми, які б визначали правові межі для діяльності фактчекінгових платформ [7, с. 665]. Така ситуація створює можливості для маніпуляцій і порушень, зокрема в контексті політичних кампаній. Етичні проблеми пов'язані з необхідністю знаходити баланс між швидкістю реагування на інформаційні фейки та ґрунтовністю перевірки фактів. Надмірна оперативність може призвести до зниження якості перевірки, що, безумовно, впливатиме на довіру до медіа.

Крім того, у процесі впровадження фактчекінгу існують ризики втрати довіри до медіа, пов'язані з відсутністю прозорості в методології перевірки. Якщо аудиторія не має чіткого уявлення про процес перевірки або якщо результати перевірки не підкріплені достатніми доказами, це може викликати скептицизм і знизити рівень довіри до журналістів

Удосконалення методів перевірки фактів у контексті розвитку цифрових стандартів журналістики потребує комплексного підходу, який враховує технологічні, освітні та організаційні аспекти. Насамперед важливо інтегрувати сучасні цифрові інструменти, такі як алгоритми обробки природної мови та системи аналізу метаданих, для автоматизації процесів перевірки. Використання таких рішень, як CrowdTangle, дає змогу виявляти джерела дезінформації та відстежувати її поширення в соціальних мережах. Розробка спеціалізованих програмного забезпечення, орієнтованого на аналіз тексту, зображень та відео, забезпечить журналістів потужними інструментами для перевірки інформації в реальному часі.

Освітній аспект має вирішальне значення в удосконаленні методів фактчекінгу [13, с. 885]. Пропонується створення для журналістів систематичних тренінгів і навчальних програм, спрямованих на підвищення їхньої обізнаності у сфері цифрової етики, використання інструментів перевірки та аналізу інформації [27; 28]. Особливу увагу варто приділити підготовці регіональних журналістів, які часто не мають таких ресурсів, як їхні колеги з національних або міжнародних медіа. Важливим кроком у цьому напрямі є інтеграція спеціалізованих курсів із фактчекінгу в освітні програми закладів вищої освіти, що готують журналістів. Це дасть змогу здобувачам отримати як теоретичні знання, так і практичні навички, необхідні для ефективної роботи з перевіркою інформації в умовах сучасних медіа [29].

На організаційному рівні доцільно створити стандартизовані протоколи перевірки фактів, які будуть спільними для різних редакцій. Це сприятиме підвищенню якості перевірки інформації та забезпеченню прозорості журналістських процесів. Рекомендовано також встановити чіткі етапи перевірки: оцінку надійності джерела, аналіз даних із використанням офіційних баз, перехресну перевірку інформації з незалежними джерелами та фінальну верифікацію результатів.

Законодавча підтримка також є важливою складовою. Рекомендовано ініціювати створення нормативно-правової бази, яка регулюватиме діяльність фактчекінгових платформ і забезпечуватиме захист журналістів, що займаються викриттям дезінформації. Зокрема, необхідно розробити

закони, які гарантуватимуть доступ до відкритих даних та спростять взаємодію журналістів із державними інформаційними ресурсами.

Важливим елементом є комунікація із суспільством [4, с. 349]. Запровадження публічних звітів про методи перевірки, доступних для аудиторії, дозволить підвищити довіру до фактчекінгових процесів. Це може бути реалізовано через створення спеціалізованих сторінок на сайтах редакцій, де детально описуватимуться підходи до перевірки конкретних матеріалів.

Таким чином, удосконалення методів перевірки фактів у журналістиці потребує поєднання технологічних інновацій, підвищення рівня підготовки журналістів, розробки нормативної бази та формування нових стандартів прозорості. Ці заходи забезпечать розвиток цифрових стандартів журналістики та сприятимуть підвищенню якості й достовірності інформації.

Висновки. Здійснене нами дослідження дало змогу дійти висновків, згідно з якими фактчекінг у цифровій журналістиці є основним інструментом забезпечення достовірності інформації. Він виконує важливу роль у боротьбі з дезінформацією, сприяє підвищенню стандартів журналістської етики, а також посилює медіаграмотність аудиторії. Запровадження фактчекінгу трансформує журналістику, застосовуючи нові підходи до створення, перевірки та поширення контенту.

Основними проблемами, які були виявлені, є масове поширення неправдивої інформації, недостатня інтеграція сучасних фактчекінгових інструментів у редакційну діяльність, низький рівень підготовки журналістів до роботи з новими технологіями, а також відсутність регуляторних норм, які б створювали чіткі межі для діяльності фактчекінгових платформ, та прозорих алгоритмів перевірки журналістських матеріалів.

З метою подолання зазначених викликів рекомендується впровадження автоматизованих систем перевірки, інтеграція алгоритмів обробки текстів та метаданих у журналістські процеси, а також створення навчальних програм для журналістів, зокрема з акцентом на цифрову етику та використання фактчекінгових інструментів. Крім того, пропонується розробка стандартів для уніфікації процесів перевірки інформації в редакціях, а також законодавче регулювання доступу до відкритих даних. Публічні звіти щодо методів перевірки також сприятимуть підвищенню довіри аудиторії до журналістики.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні ефективності нових технологій, таких як блокчейн, для забезпечення прозорості журналістських процесів, розробці стандартів для інтеграції алгоритмів штучного інтелекту в журналістику, а також в аналізі впливу технологій віртуальної та доповненої реальності на якість контенту. Особливу увагу варто приділити розробленню механізмів адаптації журналістики до умов глобальної цифровізації, які б сприяли збереженню довіри аудиторії та забезпечували високі професійні стандарти у сфері медіа.

Список літератури:

1. Шевченко В. Фактчекінг і верифікація у журналістській роботі. *Образ.* 2018. Вип. 1. С. 140–153. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/73072/1/Shevchenko_FactCheking.pdf (дата звернення: 25.01.2025).

2. Кияшко Ю. Фактчекінг як інструмент протидії маніпулятивному впливу електронних ЗМІ. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика.* 2019. Вип. 45. С. 28–35. URL: https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/05/Visnyk-45-druk.pdf#page=28 (дата звернення: 25.01.2025).

3. Гуцуляк Д. Фактчекінг як інструмент протидії дезінформації в умовах гібридних конфліктів. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія.* 2024. Т. 2. Вип. 12. С. 22–26. DOI: https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.2.3

4. Шуба А. В. Особливості фактчекінгової діяльності в українському медіапросторі. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.* 2023. Т. 34. Вип. 73. № 3. С. 346–350. URL: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/3_2023/3_2023.pdf#page=358 (дата звернення: 25.01.2025).

5. Галудзіна-Горобець В., Лисинюк М. Технології перевірки фактів у протистоянні дезінформації сучасного інформаційного простору. *Український інформаційний простір.* 2022. Вип. 2. № 10. С. 149–155. DOI: https://doi.org/10.31866/2616-7948.10.2022.269842

6. Graves L., Amazeen M. Fact-checking as idea and practice in journalism Oxford University Press, 2019. URL: https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:a7450b2f-f5a7-4207-90e2-254ec5de14e2 (date of access: 25.01.2025).

7. Mena P. Principles and boundaries of fact-checking: Journalists' perceptions. *Journalism Practice.* 2019. Vol. 13. № 6. P. 657–672. DOI: https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1547655

8. Dierickx L., Lindén C.-G. Journalism and Fact-Checking Technologies: Understanding User Needs. *Communication+ 1.* 2023. Vol. 10. № 1. DOI: https://doi.org/10.7275/cpo.1879

9. Guo Z., Schlichtkrull M., Vlachos A. A survey on automated fact-checking. *Transactions of the Association for Computational Linguistics.* 2022. Vol. 10. P. 178–206. DOI: https://doi.org/10.1162/tacl_a_00454 (date of access: 25.01.2025).

10. Nakov P., Barrón-Cedeño A., Elsayed T., Màrquez L., Suárez-Paniagua A., Zaghouani W. Automated fact-checking for assisting human fact-checkers. *arXiv preprint.* 2021. arXiv:2103.07769. URL: https://arxiv.org/abs/2103.07769 (date of access: 25.01.2025).

11. Wölker A., Powell T. E. Algorithms in the newsroom? News readers' perceived credibility and selection of automated journalism. *Journalism.* 2021. Vol. 22. № 1. P. 86–103. DOI: https://doi.org/10.1177/1464884918757072

12. Amazeen M. A. Journalistic interventions: The structural factors affecting the global emergence of fact-checking. *Journalism.* 2020. Vol. 21. № 1. P. 95–111. DOI: https://doi.org/10.1177/1464884917730217

13. Himma-Kadakas M., Ojamets I. Debunking false information: Investigating journalists' fact-checking skills. *Digital Journalism.* 2022. Vol. 10. № 5. P. 866–887. DOI: https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2043173

14. Moreno-Gil V., Ramon-Vegas X., Mauri-Ríos M. Bringing journalism back to its roots: Examining fact-checking practices, methods, and challenges in the Mediterranean context. *Profesional De La Información.* 2022. Vol. 31. № 2. DOI: https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.15

15. StopFake: website. 2024. URL: https://www.stopfake.org/ (date of access: 12.01.2025).

16. FactCheck.org: website. 2024. URL: https://www.factcheck.org/ (date of access: 12.01.2025).

17. International Fact-Checking Network (IFCN): website. 2024. URL: https://www.ifcncodeofprinciples.poynter.org/ (date of access: 12.01.2025).

18. InVID: website. 2024. URL: https://www.invid-project.eu/ (date of access: 12.01.2025).

19. European Digital Media Observatory (EDMO): website. 2024. URL: https://edmo.eu/ (date of access: 12.01.2025).

20. Офіс Генерального прокурора України. Офіційний вебсайт. 2024. URL: https://gp.gov.ua/ (дата звернення: 25.01.2025).

21. Державна служба статистики України. Офіційний вебсайт. 2024. URL: https://ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 25.01.2025).

22. VoxCheck. VoxUkraine Fact-Checking Platform: website. 2024. URL: https://voxukraine.org/voxcheck/ (date of access: 25.01.2025).

23. Bihus.Info. Платформа журналістських розслідувань. Офіційний вебсайт. 2024. URL: https://bihus.info/ (дата звернення: 25.01.2025).

24. ProZorro. Система публічних закупівель України. Офіційний вебсайт. 2024. URL: https://prozorro.gov.ua/ (дата звернення: 25.01.2025).

25. CrowdTangle: website. 2024. URL: https://www.crowdtangle.com/ (date of access: 25.01.2025).

26. Texty.org.ua. Проєкт журналістики даних. Офіційний вебсайт. 2024. URL: https://texty.org.ua/ (дата звернення: 25.01.2025).

27. Йордан Г., Синоруб Г. Інструменти штучного інтелекту в журналістській практиці: верифікація контенту. *Регіональна журналістика в Україні: історія, реалії, виклики, перспективи : зб. наук. пр. за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної онлайн-конференції*/ за ред. С. В. Семенко. Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2023. № 9. С. 60–66.

28. Конструктор вправ. Збірник практичних завдань з інфомедійної грамотності, інтегрованої до фахової підготовки студентів-журналістів / Відп. ред. та упоряд. Будівська Г., Дуцик Д., Тараненко О. Київ: IREX, 2022. 68 с. URL: https://e-courses.jta.com.ua/e-manuals/konstruktor-vprav-irex/ (дата звернення: 25.01.2025).

29. Синоруб Г. П., Йордан Г. М., Мединська О. Я., Особа Н. М. Механізми формування інфомедійної грамотності у студентів педагогічних спеціальностей. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка. Сер. Педагогіка.* 2022. № 1. С.106–116. URL: http://nzp.tnpu.edu.ua/article/view/261434 (дата звернення: 25.01.2025).

Yordan H. M, Tarasiuk V. Yu., Lavryk O. V. INFLUENCE OF FACT-CHECKING ON INFORMATION QUALITY IN THE ERA OF DIGITAL JOURNALISM

The article examines the impact of fact-checking on the formation of digital standards of journalism in the context of an increasing amount of disinformation. It is established that fact-checking is one of the main tools for ensuring the reliability of information, which contributes to raising standards of ethics and media literacy. The relevance of the study is due to the need to adapt journalistic processes to the challenges of the digital age, when the dynamics of information dissemination often exceed the possibility of its verification, which creates significant threats to the information security of society. The purpose of the study is to analyze the main

challenges and limitations in the process of implementing fact-checking, identify the main criteria for assessing the reliability of facts, and develop recommendations for improving methods of information verification in the context of the development of digital standards of journalism. The study uses a systematic approach, methods of content analysis, comparative analysis, and a structural-functional approach to study the relationships between fact-checking, digital standards of journalism, and information security. The results of the study identified the main challenges affecting the effectiveness of fact-checking, including the insufficient level of technological integration of verification tools, the low level of qualification of journalists in the use of digital technologies, limited access to reliable sources of information, and the lack of clear legislative regulation of the activities of fact-checking platforms. In the context of improving the process of verifying facts, criteria for assessing their reliability were proposed, in particular, the reliability of the source, the consistency of facts, provability, analysis of digital connections, and contextuality. It was proven that improving fact-checking methods is possible through the implementation of automated verification systems, such as text processing algorithms and metadata analysis, standardization of information verification processes, development of educational programs for journalists, and creation of transparent mechanisms for public reporting on verification methods. The conclusions of the study emphasize the importance of a comprehensive approach to the development of fact-checking, which should take into account technological, educational, and legal aspects. Prospects for further research are related to studying the impact of innovative technologies, such as artificial intelligence and blockchain, on increasing the transparency of journalistic processes.

Key words: *media literacy, digital standards, analytical journalism, information accuracy, verification technologies.*

УДК 070(71):741.5]:355.244.1“2022/2024”
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/33

Калиновська І. М.
Волинський національний університет імені Лесі Українки

Коляда Е. К.
Волинський національний університет імені Лесі Українки

Одарчук Н. А.
Волинський національний університет імені Лесі Українки

ПРОТИДІЯ РОСІЙСЬКІЙ ПРОПАГАНДІ: СЕМІОТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПОЛІТИЧНИХ КАРИКАТУР В КАНАДСЬКИХ ОНЛАЙН-ПУБЛІКАЦІЯХ 2022–2024 РР.

У статті досліджено політичні карикатури як візуально-графічні засоби протидії російській пропаганді та поширенню анти-українських наративів у канадських онлайн-виданнях періоду 2022–2024 рр. Матеріалом дослідження слугували публікації провідних канадських медіа, зокрема The Hamilton Spectacular, The Globe and Mail, Toronto Sun, Edmonton Journal, з яких методом суцільної вибірки відібрано політичні карикатури, які стосуються російсько-української війни.

Проведений семіотичний аналіз, що охоплював дослідження лінгвального повідомлення, денотативного та конотативного значення карикатур, розкрив їхню унікальну здатність ефективно передавати складні політичні наративи через поєднання художньої виразності з актуальними соціально-політичними реаліями війни. Використання метафор, символів, гіперболізації та інших художніх прийомів сприяє викриттю маніпулятивної природи російської пропаганди та формуванню критичного сприйняття інформації серед широкої аудиторії.

У результаті дослідження виявлено, що канадські карикатуристи викривають та спростовують ключові наративи російської пропаганди, серед яких: «Україна планувала напасти на росію», «росія приносить мир», «В Україні – нацисти», «Україну потрібно денацифікувати», «росія завдає ударів лише по військових об’єктах», «Це не війна, а спеціальна військова операція», «Україна – не справжня країна», «Захід змусив росію вторгнутися в Україну», «Україна хоче бути частиною росії», «Україна винна у світовій зерновій кризі», «Санкції проти росії неефективні і шкодять Заходу більше».

Доведено, що в умовах повномасштабної війни канадські політичні карикатури стали потужним інструментом документування подій російської війни в Україні, викриття російських пропагандистських наративів, формування суспільної підтримки України та утвердження образу росії як агресора.

Ключові слова: *російська пропаганда, російсько-українська війна, політична карикатура, лінгвальне повідомлення, денотативне значення, конотативне значення.*

Постановка проблеми. В умовах повномасштабної війни, розв’язаної росією проти України, особливо важливою для українців є підтримка та єдність світової спільноти у протистоянні агресору. Засоби масової інформації демократичних країн відіграють ключову роль у боротьбі з дезінформаційними кампаніями, які росія розгортає для маніпулювання громадською думкою в різних країнах світу, в Канаді зокрема.

У цьому контексті особливу роль відіграють візуально-графічні засоби, власне політичні карикатури та ілюстрації, які завдяки поєднанню вербальних і невербальних компонентів мають унікальну здатність швидко, просто та ефективно доносити складні політичні меседжі до широкої аудиторії. Такі візуально-графічні засоби не лише репрезентують певні явища та культурні коди, але й пришвидшують сприйняття й запам’ятовування важливої інформації, формують стійкі образи у свідомості читачів та відображають суспільні настрої.

Візуалізація образу агресора підкреслює його загрозливу природу та викриває справжні наміри,

що робить її дієвим засобом протидії російській пропаганді. Візуально-графічні засоби комунікації мають потужний вплив завдяки здатності викликати миттєву емоційну реакцію аудиторії по всьому світу, а влучна політична карикатура часто виявляється ефективнішою у викритті кремлівських маніпуляцій та дезінформації, ніж традиційні форми комунікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Огляд актуальних наукових праць демонструє посилену увагу дослідницької спільноти до феномену політичних карикатур та їх потенціалу в контексті протидії пропагандистським впливам.

Дослідження природи політичних карикатур розкриває їх комплексний характер. За спостереженнями А. Абдель-Рахіма [3], карикатури поєднують художню вигадку, яка відображає певні світоглядні позиції, з реалістичним зображенням актуальних подій та їхніх учасників. Як зазначають Н. Сілашкі та Т. Дурович [10], особлива цінність політичних карикатур полягає в їхній здатності відображати сувору дійсність через непрямі образи та алегорії. Дослідники підкреслюють, що саме завуальована форма критики робить карикатури потужним інструментом впливу. При цьому науковці наголошують: якщо карикатура лише дублює вже відкрито висловлені позиції, вона втрачає свою унікальну комунікативну силу та здатність резонувати в суспільстві.

Комунікативний аспект політичних карикатур детально аналізують А. Аббасі, Т. Захра та С. Асгар [2]. На думку дослідників, політичні карикатури відіграють важливу роль у поширенні інформації та розкритті прихованих реалій через багатошарові смисли та ідеологічні підтексти. Особливого значення набуває їхній динамічний характер завдяки поширенню у соціальних мережах, адже карикатури миттєво реагують на світові події та швидко поширюються серед аудиторії.

О. Семетюк [1] розглядає політичну карикатуру як традиційний жанр гумористичного дискурсу, виокремлюючи її множинні функції: віддзеркалення актуальних подій, інструмент пропагандистського впливу та формування іміджу політичних суб'єктів, а також механізм конструювання соціокультурної дійсності через систему культурних кодів.

А. Педраццині та Н. Шойер [8] зосереджуються на універсальності мови політичних карикатур, що дозволяє ефективно долати мовні бар'єри та передавати складні політичні меседжі через візуальні метафори. Зі свого боку, І. Данжу [4] виділяє документальну функцію карикатур під час війни, підкреслюючи їх здатність відображати хронологічні зміни, документувати ключові події та трансформацію пропагандистських наративів.

В умовах війни пропаганда стає стратегічним інструментом інформаційного впливу. Г. Петренко та співавтори підкреслюють небезпеку деструктивної пропаганди, яка базується на дискредитації противника, поширенні дезінформації та маніпуляціях [9, с. 12]. Така пропаганда викривлює реальність і гіперболізує події з метою формування бажаних суспільних настроїв.

Особливо показовою є російська пропаганда, яка використовує багаторівневий підхід, маніпулюючи історичними, культурними та мовними наративами. А. Кучинська-Зонік й А. Татаренко зазначають, що основні завдання такої пропаганди включають просування російських наративів, формування антизахідних настроїв, поширення конспірологічних теорій та впровадження спрощених чорно-білих ідеологічних конструктів [7, с. 144].

С. Жаботинська та О. Рижова [13] акцентують увагу на важливості політичних карикатур як засобу боротьби з пропагандою. Вони підкреслюють, що у контексті повномасштабної війни карикатури слугують інструментом викриття лицемірства та маніпуляцій агресора, сприяючи критичному осмисленню інформації серед аудиторії.

Постановка завдання. Метою статті є проаналізувати політичні карикатури як візуально-графічні засоби протидії російській пропаганді та поширенню анти-українських наративів в канадських онлайн публікаціях 2022–2024 рр.

Дослідження здійснюється за підтримки Канадського інституту українських студій Альбертського університету в рамках реалізації дослідницького проєкту з гуманітарних наук «Україна у війні: візуально-графічні засоби протидії російській пропаганді (на матеріалі канадських онлайн-публікацій 2022–24 рр.)».

Матеріалом дослідження слугують публікації канадських онлайн-видань 2022–2024 рр., зокрема *Edmonton Journal [5], Toronto Sun [12], Toronto Star, New Pathway, The Globe and Mail [11], Saltwire* та *MacKay [6],* з яких методом суцільної вибірки відібрано політичні карикатури, які стосуються російської війни в Україні (загальна кількість проаналізованих карикатур – 345, аналіз 11 з яких висвітлено у цій статті).

Виклад основного матеріалу. Семіотичний аналіз канадських політичних карикатур 2022–2024 рр. зосереджений на дослідженні

їхньої ролі в протидії російській пропаганді. Методологія дослідження охоплює три рівні аналізу: лінгвальне повідомлення (використання гри слів, полісемії, метафор, кодового змішування, каламбурів та двозначності), денотативне значення (колористика, міміка персонажів, графічні гіперболізації, ілюстративні елементи) та конотативне значення (символічний зміст з урахуванням соціально-культурного контексту). Такий комплексний підхід дозволяє простежити, як канадські карикатуристи викривають та спростовують ключові наративи російської пропаганди.

«Україна планувала напасти на росію», «росія приносить мир»

Лінгвальне повідомлення: фраза *PEACE / Мир,* написи на танку: *FREEDOM / Свобода, UKRAINE / Україна, PUTIN CONVOY / Конвой путіна, Thank U Vladimir / Дякую, Владімір, No More Ukraine / Більше немає України, F*** Zelensky*

Денотативне значення: путін їде на танку, тримаючи російський прапор та хокейну ключку і вигукує «Мир»; гусениці танка розчавлюють український прикордонний знак.

Конотативне значення: путін на танку символізує російську агресію. Він голосно вигукує: «Мир» / *PEACE*, що створює контраст із його реальними діями – військовим вторгненням та війною. Зруйнований український прикордонний знак натякає, що справжня мета росії – знищити Україну, а не «захищатися» від неї. Іронічне використання гасел, розміщених на танку, демонструє пропагандистську риторику кремля, яка говорить про «мир», «звільнення» та «захист», але насправді росія веде загарбницьку війну, спрямовану на знищення України. *PUTIN CONVOY* – гра слів, що відсилає до «конвою свободи» (Freedom Convoy), використаного проросійськими рухами в Канаді, яку також можна трактувати як натяк на російські військові колони, які в лютому 2022 р. вторглися в Україну. *THANK U VLADIMIR* – сатиричний коментар на адресу тих, хто виправдовує дії кремля. *NO MORE UKRAINE* – відкрито демонструє справжню мету агресії: знищення української держави.

Карикатура висміює російську пропаганду, яка намагається переконати світ, що «Україна планувала напасти на росію» та «росія приносить мир». путін на танку символізує агресора, який у медіа намагається видавати себе за «жертву», що повністю узгоджується з кремлівською брехнею про нібито загрозу з боку України і російську риторику про «визволення» України. Насправді саме кремль планував війну задовго до 2022 р., а твердження про «запобіжний удар» є лише ще одним прикладом пропаганди, спрямованої на виправдання загарбницьких дій.

«В Україні – нацисти», «Україну потрібно денацифікувати»

Лінгвальне повідомлення: напис **на** пам'ятнику: ***1939–1945 LEST WE FORGET*** / *Ніхто не забутий, ніщо не забуте*. Ця фраза традиційно використовується для вшанування пам'яті



Editorial Cartoon by Graeme MacKay, The Hamilton Spectator – Wednesday February 23, 2022

Рис. 1. The Hamilton Spectacular, 23.02.2022 [6]



Рис. 2. The Globe and Mail, 1.03.2022 [11]

солдатів, які загинули у Другій світовій війні, зокрема в боротьбі з нацизмом.

***Денотативне значення*: н**а карикатурі зображено пам'ятник солдату, присвячений жертвам Другої світової війни.

Солдат закриває обличчя руками, ніби у розпачі. Біля нього проїжджає колона військових вантажівок, позначених символом *Z*. Навколо зруйновані будівлі.

***Конотативне значення*:** розпач **солдата** символізує моральний шок від усвідомлення повторення історії. Солдат уособлює тих, хто воював проти нацизму в 1939–1945 рр., і зараз бачить, як російська армія руйнує Україну під схожими гаслами (**символ *Z* на вантажівках вказує на російські війська**). Вантажівки рухаються в напрямку руйнувань, що свідчить про нищення української інфраструктури. Фраза *LEST WE FORGET* закликає пам'ятати жахіття Другої світової війни, але сучасні події доводять, що росія не просто не засвоїла уроки історії, а й діє методами, які нагадують ті, що використовували нацисти. Одна з головних кремлівських пропагандистських тез – нібито «денацифікація» є однією з причин російського вторгнення в Україну, але карикатура іронічно підкреслює абсурдність цього твердження. Якщо б росія справді боролася з нацизмом, то не використовувала б ті ж методи, що й нацисти: н**ищення міст і цивільного населення**, подібно до бомбардувань нацистами європейських міст, в**икористання пропагандистських символів**, як це було з нацистською свастикою, п**ерекручування історії**, щоб виправдати військову агресію.

Карикатура висміює міф російської пропаганди про «боротьбу з нацизмом» і показує, що саме росія сьогодні діє як агресор, повторюючи історичні злочини, проти яких колись воював світ. Зображення солдата на пам'ятнику символізує глибокий моральний розрив між історичною пам'яттю про жертви війни та сучасною реальністю, де агресор прикривається тими ж гаслами, що і його історичні вороги.

«росія завдає ударів лише по військових об'єктах»

Лінгвальне повідомлення: фраза: THOSE CHILDREN SHOT FIRST / Ці діти вистрелили першими, напис: MARCH MADNESS / Березневе божевілля.

Денотативне значення: путін з автоматом на баскетбольному майданчику, на землі лежать вбиті діти, баскетбольний м'яч, багато гільз.

Конотативне значення: путін з автоматом символізує російську військову агресію та насильство, що робить його особисто відповідальним за зображені дії. Вбиті діти уособлюють невинні жертви війни, зокрема цивільних осіб. Їх присутність підкреслює жорстокість війни та її вплив на найбеззахисніших. Баскетбольний м'яч і кільце є алюзією на популярний баскетбольний турнір у США «March Madness». Контраст між спортом, що асоціюється з молодістю та розвагами, і насильством робить ситуацію особливо трагічною. Фраза ***THOSE CHILDREN SHOT FIRST*** вказує на абсурдну спробу перекласти провину за насильство на жертв, висміює спроби російської пропаганди перекласти відповідальність на українців.



Рис. 3. Toronto Sun, 16.03.2022 [12]

Карикатура спростовує міф російської пропаганди, що росія завдає ударів лише по військових об'єктах**.** Зображення вбитих дітей чітко показує, що російські військові дії призводять до жертв серед цивільного населення, а не лише серед військових. Карикатура підкреслює безглуздість і жорстокість війни і демонструє цинізм і брехливість російських заяв.

«Це не війна, а спеціальна військова операція»

Лінгвальне повідомлення: фраза: War with Ukraine? Nyet! It's just a military operation! / Війна з Україною? Ні! Це лише військова операція!, напис: ON LAST WEEK'S EPISODE OF "RUSSIA'S GOT PUTIN" / У МИНУЛОМУ ВИПУСКУ ШОУ "РОСІЯ МАЄ ПУТІНА".

Денотативне значення: на карикатурі зображений путін на сцені талант-шоу. Він одягнений у пуховик, тримає в руках триколірні стрічки, що символізують прапор росії.



Рис. 4. The Hamilton Spectacular, 22.03.2022 [6]

Конотативне значення: путін у стилі учасника талант-шоу Russia's Got Putin, що нагадує популярний телевізійний формат America's Got Talent / *Америка має талант*, намагається переконати глядачів у брехливій тезі про «спеціальну військову операцію». Сцена талант-шоу символізує те, що російська влада перетворила війну на спектакль, у якому реальність викривлюється через пропаганду. Жести та вираз обличчя путіна підкреслюють удаваність і абсурдність його слів. Фон, заповнений літерами Z, посилається на головний пропагандистський символ російського вторгнення в Україну. Фраза ***War with Ukraine? Nyet! It's just a military operation!*** саркастично висміює наратив російської пропаганди, яка намагається приховати реальні масштаби та наслідки вторгнення, використовуючи евфемізм «спеціальна військова операція».

Карикатура розвінчує один із ключових міфів кремлівської пропаганди, показуючи, що російська влада намагається приховати жорстоку реальність війни за допомогою евфемізмів і медійних маніпуляцій. Вона демонструє, що наратив про «спецоперацію» є лише пропагандистською виставою, яка не має нічого спільного з фактами.

«Україна – не справжня країна», «України не існує»

Лінгвальне повідомлення: немає.

Денотативне значення: на карикатурі зображений прапор Радянського Союзу (червоний прапор з серпом і молотом), серп і молот у вигляді профілю путіна, над ними – червона зірка.



Рис. 5. Edmonton Journal, 22.03.2022 [5]

Конотативне значення: радянський прапор символізує колишню державу, до складу якої входила Україна. Червоний колір часто асоціюється з кров'ю та насильством, а в історичному контексті – з комунізмом та тоталітарним режимом. Деформовані серп і молот у вигляді профілю путіна символізують його прагнення відродити Радянський Союз у власному баченні, що демонструє імперіалістичні прагнення росії та ігнорування суверенітету інших країн, зокрема України. Теза про «несправжність» України є лише виправданням для її поглинання росією. Це контрастує з ідеєю про «братні народи», яку часто використовує російська пропаганда.

Пропагандистські міфи про Україну як неповноцінну державу активно поширювалися в російському інформаційному просторі ще до 2014 року, а після повномасштабного вторгнення в Україну в 2022 році стали частиною офіційної політики кремля. Їхнє коріння сягає радянської історіографії, яка трактувала Україну як «штучне утворення», що нібито існує лише завдяки росії. Карикатура показує, що політика путіна – це не просто агресія, а спроба відродити радянську імперію, використовуючи міфи про «неіснуючу чи несправжню Україну». Насправді ці твердження є лише виправданням загарбницьких дій, які мають на меті знищити незалежність України.

«росія відкрита до миру, але Україна відмовляється вести переговори»

Лінгвальне повідомлення: BUCHA / Буча, RUSSIAN GOODWILL AMID CEASEFIRE NEGOTIATIONS / російська добра воля на тлі переговорів про припинення вогню.

Денотативне значення: карикатура зображує зруйноване місто з блакитним небом над ним.



Рис. 6. The Hamilton Spectacular, 6.04.2022 [6]

Місто та передній план залиті кров'ю. На передньому плані слово «БУЧА» написане кров'ю. Навколо розкидані залишки мирного життя: плюшевий ведмедик, колесо від велосипеда, український прапор, посвідчення, соняхи та людські кінцівки.

Конотативне значення: зруйноване місто на карикатурі – це Буча, передмістя Києва, після російської окупації на весні 2022 року. Масштабні руйнування відображають жорстокість і спустошення, яких зазнало місто. Слово ***BUCHA / Буча*** стає центральним повідомленням карикатури. Написане кров'ю, воно пов'язує російські дії безпосередньо з масовими вбивствами та злочинами проти людяності, скоєними в Бучі. Це фактично оголошення, що «російська добра воля» – це порожній звук на тлі звірств. Той факт, що все зображено в червоному кольорі, підкреслює масштаби насильства, розчленовані тіла показують, що були тортури. Кожен предмет уособлює життя, які були жорстоко обірвані в Бучі. Прапор України символізує, що страждає український народ. Це також символ опору та незламності, але в цьому контексті він підкреслює трагедію Бучі як частину нападу на українську державність.

Ця карикатура – це нищівна критика російської брехні про прагнення до миру. Наголошуючи на звірствах, скоєних у Бучі, вона зображує будь-яке твердження про те, що росія щиро зацікавлена у припиненні вогню, як цинічну та жорстоку брехню.



Рис. 7. Edmonton Journal, 27.04.2022 [5]

«Захід змусив росію вторгнутися в Україну»

Лінгвальне повідомлення: **напис** на вказівнику: BLAME / Провина, напис на автоматі: PUTIN / путін.

Денотативне значення: **н**а карикатурі зображено путіна з автоматом, який сховався за дерев'яним вказівником, обвішаним руками-вказівниками, кожна з яких вказує в іншому напрямку.

Конотативне значення: **вказівник** символізує спроби путіна перекласти провину на інших, маючи на увазі, що він відмовляється брати на себе відповідальність за свої агресивні дії. Велика кількість рук-вказівників свідчить про відчайдушну спробу уникнути провини. **Автомат з написом *PUTIN*** безпосередньо пов'язує путіна з вторгненням в Україну, здійсненим з його власної волі. Його хитрий вираз обличчя підкреслює спроби звинуватити всіх, крім себе.

Міф про те, що «Захід змусив Росію вторгнутися в Україну», є класичним прикладом російської тактики відведення відповідальності. Замість визнання своєї агресії, кремль намагається звинуватити інших: НАТО – у «розширенні», яке нібито загрожувало росії, США – у підбурюванні України до конфлікту, Україну – у «провокаціях» та «геноциді на Донбасі», Європу – у підтримці санкцій та «втручанні у внутрішні справи України». путін сам ухвалив рішення про повномасштабне вторгнення росії в Україну. Жоден західний уряд не змушував її нападати, так само як Україна не становила загрози. Карикатура висміює цю пропагандистську логіку, демонструючи, що путін грає у звинувачення, уникаючи відповідальності за свої злочини.

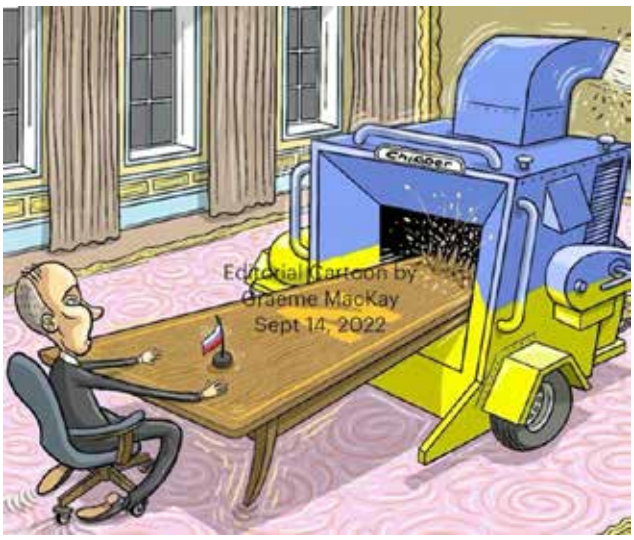


Рис. 8. The Hamilton Spectacular, 14.09.2022 [6]

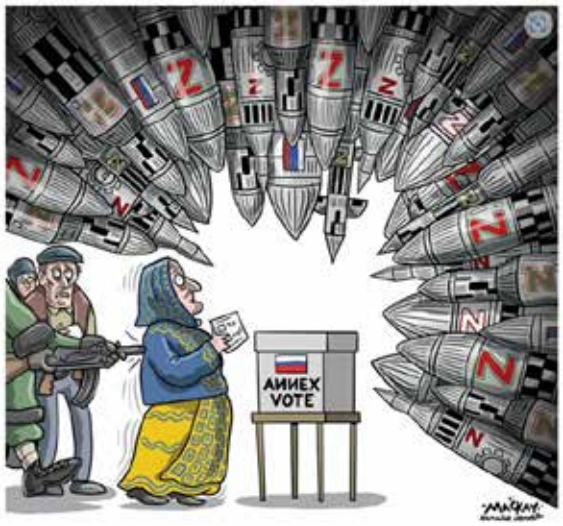


Рис. 9. The Hamilton Spectacular, 28.09.2022 [6]

«Україна програє війну, і Захід її покине»

Лінгвальне повідомлення: напис: *Chipper / Дробарка деревини*.

Денотативне значення: на карикатурі зображено путіна, який сидить за довгим столом. На столі стоїть російський прапорець. З іншого кінця столу знаходиться велика дробарка деревини, розфарбована в кольори українського прапора (синій та жовтий).

Конотативне значення: путін за столом представляє росію та її керівництво. Його самотність підкреслює ізоляцію, в якій опинилася росія. Російський прапорець на столі символізує присутність росії, але виглядає малим і незначним порівняно з дробаркою, яка розфарбована в українські кольори. Дробарка символізує війну в Україні та її здатність «перемелювати» російські сили та ресурси за допомогою озброєння від країн Заходу. Йдеться про військову операцію восени 2022 року, в якій збройні сили України завдають російським військам значних втрат і відвойовують захоплену Харківську область.

Карикатура ефективно розвінчує пропагандистський міф про те, що Україна програє війну і Захід її покине. Зображення путіна, який рухається до дробарки деревини у кольорах прапору України, натякає на те, що росія наближається до катастрофи, а Україна має силу боротися і перемагати, а Захід їй допомагає.

«Україна хоче бути частиною росії»

Лінгвальне повідомлення: напис на виборчій скриньці *ANNEX VOTE / АНЕКСУВАТИ ГОЛОСУВАТИ*, варіант на бюлетені *Da / Так*.

Денотативне значення: на карикатурі зображено жінку в одязі кольорів українського прапора, яка стоїть з бюлетенем біля виборчої скриньки з російським прапором на ній. Чоловік з рушницею стоїть позаду неї, тицяє її в спину зброєю. Над всією сценою нависає безліч ракет із символом Z.

Конотативне значення: жінка представляє українців на окупованих територіях. Її нервовий вираз обличчя вказує на відсутність справжньої свободи вибору під час «голосування». Виборча скринька – це гра слів ***ANNEX VOTE*** / *АНЕКСУВАТИ ГОЛОСУВАТИ*, що підкреслює постановочний і примусовий характер анексійних референдумів. Російський прапор на скриньці підкреслює, що голосування контролюється росією. Чоловік з автоматом представляє російську військову присутність і примус, використаний для того, щоб змусити українців брати участь у фіктивному референдумі. Ракети з символом Z символізують російську військову міць і агресію. Їхня загрозлива присутність передає відчуття загрози та залякування. У бюлетені єдиний варіант для голосування – Da / Так.

Ця карикатура розвінчує міф про те, що українці хочуть бути частиною росії. «Голосування» проводиться під примусом і українців змушують брати в ньому участь. У них є один вибір – голосувати «За». Вони не хочуть приєднання до росії. Кількість зброї робить це абсолютно зрозумілим. Ця карикатура передає потужний і недвозначний меседж: анексійні референдуми – це фальшивка, й українців змушують голосувати проти їхньої волі. Це візуальне засудження дій росії.



Рис. 10. Cartoon Movement, L'Andalou, 27.06.2022 [6]

«Україна винна у світовій зерновій кризі»

Лінгвальне повідомлення: немає.

Денотативне значення: на карикатурі зображений путін у вигляді римського імператора, на голові у нього золотий вінок з колосків, в одній руці він тримає земну кулю.

Конотативне значення: Карикатура відображає путіна як римського імператора, що є багатошаровою метафорою, яка підкреслює його автократичні амбіції та прагнення до геополітичного домінування. Відсилання до Риму підкреслює прагнення кремля до відродження імперської величі, що є однією з основних ідей російської пропаганди. Червоний колір одягу нагадує криваві диктатури минулого, а також натякає на жорстокість і насильство, які супроводжують політику кремля. Поза та вираз обличчя путіна вказують на впевненість у власній владі над світом. Глобус у руках путіна та золотий вінок з колосків – це натяк на його маніпулятивну стратегію, у якій контроль над продовольчими ресурсами використовується як важіль тиску на інші країни.

Карикатура розвінчує міф російської пропаганди, що Україна винна у світовій зерновій кризі. Зернова криза насправді була спричинена російською блокадою українських портів, обстрілюванням українських зерносховищ та використанням продовольства як зброї, що призвело до глобальних проблем із постачанням. росія також незаконно вивозила зерно з окупованих територій України та продавала його як «російське» і збагачувалась за рахунок ресурсів окупованих територій України. росія позиціонує себе як незамінного гравця у світовій продовольчій системі, тоді як насправді вона штучно створює кризу, щоб змусити Захід піти на поступки. Карикатура викриває дві ключові риси сучасного російського режиму: його імперські амбіції та маніпуляцію світовими ресурсами заради політичних цілей. Вона показує, що використання продовольства як геополітичної зброї – це не просто наслідок війни, а свідома стратегія кремля.

«Санкції проти росії неефективні і шкодять Заходу більше»

Лінгвальне повідомлення: G7+1 / країни G7 плюс одна; FROM G8 GLORY TO THE TYRANTS' TABLE / Від слави G8 до столу тиранів; напис на стільці IRAN / Іран.

Денотативне значення: путін сидить на дитячому стільці поряд з Кім Чен Ином, який насипає йому в тарілку зброю. Поряд – великий стіл з позолоченим стільцем, вкритий павутиною.

Конотативне значення: Напис ***G7+1*** натякає на виключення росії з країн Великої вісімки після анексії Криму в 2014 році, а фраза ***FROM G8 GLORY TO THE TYRANTS TABLE*** підкреслює падіння міжнародного статусу росії: від співпраці з демократичними державами до союзів із диктаторами. путін, що сидить на дитячому стільці, символізує статус росії у міжнародній політиці.

Позолочене крісло, вкрите павутинням, нагадує про колишню участь росії в G8, яка стала вже історією. Маленький стіл та стільчик з надписом ***Iran*** та присутність Кім Чен Ина означають, що росія змушена звертатися до авторитарних режимів, таких як Іран і Північна Корея, у пошуках союзників. росія більше не може дозволити собі нормальні економічні відносини із розвиненими



Рис. 11. The Hamilton Spectacular, 18.07.2024 [6]

країнами. Вона залежить від постачання військових ресурсів з ізольованих держав.

Карикатура суперечить російському міфу, що «санкції шкодять лише Заходу», адже демократичні країни запровадили санкції, росія змушена домовлятися із режимами, які самі знаходяться під санкціями. Карикатура висміює уявлення, що росія не постраждала від санкцій. Насправді, вона втратила ключових партнерів, санкції послабили її економічну спроможність вести війну та виробляти сучасне озброєння і тепер вона може покладатися лише на сумнівні союзи.

Висновки. Проведений аналіз політичних карикатур у канадських онлайн-виданнях 2022–2024 рр. демонструє їхню важливу роль у протидії російській пропаганді, викритті дезінформаційних наративів кремля. Вони допомагають розвінчувати міфи російської пропаганди й слугують засобом спростування анти-українських наративів. Проведений семіотичний аналіз політичних карикатур про російську війну в Україні 2022–2024 рр., який охоплював дослідження лінгвальних засобів, денотативного та конотативного значення карикатур, розкрив їхню унікальну здатність ефективно передавати складні політичні наративи через поєднання художньої виразності з актуальними соціально-політичними реаліями війни. Використання метафор, символів, гіперболізації та інших художніх прийомів дозволяє канадським карикатуристам не лише викривати маніпулятивну природу російської пропаганди, але й формувати критичне сприйняття інформації серед широкої аудиторії.

Отже, в умовах повномасштабної війни росії проти України канадські політичні карикатури стали потужним інструментом документування подій, викриття пропагандистських маніпуляцій та формування суспільної підтримки України. Багаторівневий характер візуально-графічних засобів, їхня здатність швидко поширюватися через соціальні мережі та резонувати з різними аудиторіями робить їх особливо ефективними у протистоянні російській дезінформації та формуванні образу росії-агресора.

Список літератури:

1. Семотюк О. Сміх під час війни: російська агресія у політичних карикатурах і мемах. *LB.ua.* 2023. 25 серпня. URL: https://surl.li/qhiiwb (дата звернення: 15.02.2025).

2. Abbasi A., Zahra T., Asghar S. A. Semiotic Analysis of Political Cartoons During Russia-Ukraine War. *Pakistan Journal of Language Studies*. 2022. Vol. 6. Issue 1. P. 16–41.

3. Abdel-Raheem A. Mental model theory as a model for analysing visual and multimodal discourse. *Journal of Pragmatics*. 2020. Vol. 155. P. 303–320. https://doi.org/10.1016/j.pragma.2019.09.012.

4. Danjoux I. Political Cartoons and the Israeli-Palestinian Conflict. Manchester University Press. 2018. URL: https://surl.li/jjzyen (дата звернення: 20.02.2025).

5. Edmonton Journal. URL: https://edmontonjournal.com (дата звернення: 10.02.2025).

6. MacKay's Editorial Cartoon Archive. URL: mackaycartoons.net (дата звернення: 10.02.2025).

7. Kuczyńska-Zonik A., Tatarenko A. Information security risks in the context of Russian propaganda in the CEE. *Politics and technology in the post-truth era*. 2019. P. 143–157. https://doi.org/10.1108/978-1-78756-983-620191010.

8. Pedrazzini A., Scheuer N. Distinguishing Cartoon Subgenres Based on a Multicultural Contemporary Corpus. *The European Journal of Humor Research*. 2018. Vol. 6 (1). P. 100–123. URL: https://surl.li/wqeslr (дата звернення: 20.02.2025).

9. Petrenko G., Dovzhenko O., Iliuk O., Burkosky P. On the Other Side of the Screen: An Analysis of Media Consumption and Disinformation in the Ukraine's Information Environment. *Detector Media*. 2021. URL: https://surl.li/vddkfp.

10. Silaški N., Đurović T. The Journey Metaphor in Brexit-Related Political Cartoons. *Discourse, Context & Media*. 2019. Vol. 31. https://doi.org/10.1016/j.dcm.2019.100318.

11. The Globe and Mail. URL: https://www.theglobeandmail.com (дата звернення: 10.01.2025).

12. Toronto Sun. URL: https://torontosun.com (дата звернення: 10.01.2025).

13. Zhabotynska S., Ryzhova O. Ukraine and the West in Pro-Russia Chinese Media: a Methodology for the Analysis of Multimodal Political Narrative. *Cognition, Communication, Discourse*. 2022. Vol. 24. P. 115–139. URL: https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-24-09.

Kalynovska I. M., Koliada E. K., Odarchuk N. A. COUNTERING RUSSIAN PROPAGANDA: SEMIOTIC ANALYSIS OF POLITICAL CARTOONS IN CANADIAN ONLINE PUBLICATIONS 2022–2024

The article examines political cartoons as visual and graphic means of countering Russian propaganda and the spread of anti-Ukrainian narratives in Canadian online publications in 2022–2024. The political cartoons dedicated to the Russian-Ukrainian war were selected from leading Canadian media publications, notably The Hamilton Spectacular, The Globe and Mail, Toronto Sun, and Edmonton Journal.

The semiotic analysis, which included the study of lingual means, denotative and connotative meaning of the cartoons, revealed their unique ability to effectively convey complex political narratives by combining artistic expressiveness with the current socio-political realities of the war. Using metaphors, symbols, hyperboles, and other literary means helps expose the manipulative nature of Russian propaganda and form a critical perception of information among a broad audience. The study found that Canadian cartoonists expose and refute key narratives of Russian propaganda, including: "Ukraine planned to attack Russia", "Russia brings peace", "There are Nazis in Ukraine", "Ukraine needs to be denazified", "Russia strikes only military targets", "This is not a war, but a special military operation", "Ukraine is not a real country", "The West forced Russia to invade Ukraine", "Ukraine wants to be part of Russia", "Ukraine is to blame for the global grain crisis", "Sanctions against Russia are ineffective and harm the West more".

The study revealed that in the conditions of a full-scale war, Canadian political cartoons have become a powerful tool for documenting the events of the Russian war in Ukraine, exposing Russian propaganda narratives, building public support for Ukraine and establishing the image of Russia as an aggressor.

Key words: *Russian propaganda, Russian-Ukrainian war, political cartoon, lingual message, denotative meaning, connotative meaning.*

УДК 070:654.197]:316.7(477.64)
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/34

Литвиненко А. І.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМАТІВ ТЕЛЕПРОГРАМ НА КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКУ ТЕМАТИКУ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ: ІСТОРИЧНИЙ ПОСТУП ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Стаття присвячена дослідженню форматів культурно-мистецьких телепрограм, що виходили в ефір на українському телебаченні за період незалежності. Визначено, що з початком повномасштабної війни роль культурного контенту здобула стратегічне значення У статті з'ясовано, що за період свого становлення на українському телебаченні виходили в ефір різноманітні програми про музику, кіно, літературу, живопис, мистецтво та культуру загалом. Однак, всі ці проекти припинили своє існування. У статті здійснено спробу систематизувати поступ культурно-мистецького телебачення, починаючи від періоду 1960 р., а також можливість впровадження попереднього досвіду в сучасних телевізійних реаліях. За допомогою методу контент-аналізу досліджено телевізійні програми: «Імперія кіно» («1+1»), «Підпільна імперія» («1+1»), «Аргумент кіно» («1+1»), «Мінкульт» («1+1»), «Музика для дорослих» («ТЕТ») , «КультЕкспрес» («Еспресо ТВ»), «Джаз з О.Коганом» («ТЕТ»), «Кіно з Яніною Соколовою» («5 канал»), «Енеїда» («Суспільне»), «Як дивитися кіно»(«Суспільне»). Для аналізу застосовано наступні параметри: специфіка, формат, хронометраж, час виходу в ефір, тривалість та причина закриття проекту.

В статті визначено, що попри розмаїття оригінальних форм культурно-мистецьких телепрограм, нічний або ранній їх вихід в ефір повністю нівелював мету таких проектів, яка полягала в популяризації культури та мистецтв. Зясовано, що фінансові труднощі часто ускладнювали виробництво програми. За допомогою контент-аналізу доведено, що програми з усталеним «канонічним» форматом мають всі шанси відродитися, завдяки зрозумілій структурі та тривалій попередній апробації в ефірі. Визначено, що існування подібних проектів потребує постійного фінансування чи пошуку спонсорів, що унеможливлює в той час як всі зусилля канал направляє на праймові проекти.

Ключові слова: *культура, мистецтво, історія телебачення, війна, формат.*

Постановка проблеми. Медіа завжди мали великий вплив на популяризацію культури в суспільстві. Адже їх діяльність сприяє впевненому поступові на шляху збереження національно-культурної ідентичності. Від початку своєї появи ЗМК, телебачення зокрема виконували роль ретранслятора культури.

Особливо гостро потреба у просвітництві аудиторії постала із початком повномасштабного вторгнення. Адже, одним зі складників ворожої пропаганди є вплив через культурну експансію. Росія активно використовує кіно, літературу, живопис, музику, тощо, аби поширювати дезінформацію та виправдовувати російську агресію.

Попри повномасштабне вторгнення і потребу аудиторії у контенті, який допоможе розвіювати ворожі наративи про спільну «культуру», телеканали продовжують виробництво рейтингових [24] розважальних проектів («Холостяк», «Майстер шеф», Супермама», «Хто зверху», тощо), а події і новини зі світу культури як і раніше мають інфотейметизований формат («Неймовірна правда про зірок», тощо).

Актуальність дослідження обґрунтована відсутністю на даний момент в ефірі національних телеканалів телепрограм, присвяченим висвітленню культурно-мистецької тематики (література, кіно, театр, музика, живопис, тощо). Систематизація поступу телевізійного контенту про культуру і мистецтво та телебачення важлива для розуміння трансформацій як серед громадськості, так і рівні медіа.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Культурно-мистецького контенту в ЗМІ присвячено чимало досліджень. Тематично їх можна розподілити на декілька груп. Перша група медіадослідників сфокусувалася на дослідженні жанрово-тематичних та проблемних аспектах культурно-мистецької журналістики (А. Скорик [29], О. Кулешик (Пищик) [11], О. Гарматій та С. Кісіль [4], К.Темчур [31, 32]).

Окремо варто виділити дисертаційні розвідки Ю. Мірошниченко [21], А. Мадей [17], в яких автори досліджують аспекти функціонування культурного контенту в сучасній українській пресі.

Інша група досліджень спрямована на вивчення галузевих особливостей культурно-мистецького контенту – О. Іванової [6], Г. Полякової [25] (літературна журналістика), В. Галацької (театральна журналістика) [3].

Ще один напрям дослідження взаємозв'язків між культурою та медіа представлений працями – Л. Мар'їної [18, 19], Т. Іванюхи Т. та К.Пирогової [25]. У своїх роботах ці науковці виділяють спільну проблему популярність масової культури, над елітарним «серйозним» мистецтвом. Впливу інфотейметизації на культурну тематику на телебаченні присвячена праця А. Мисечко та А. Литвиненко [16].

Серед останніх актуальних досліджень варто назвати розвідки, А. Лісневська та Р. Новікова [14], А. Литвиненко [15, 33], в яких авторки вивчають особливості контенту в умовах воєнного часу та його вплив на формування національної ідентичності українців. Однак, у зазначених роботах не аналізувалися попередні надбання у царині культурно-мистецького контенту, зокрема на телебаченні та можливі алгоритми, які дозволять відродити традиції культурного телебачення в Україні.

Про проблеми, з якими стикаються журналісти під час роботи з культурним контентом пишуть і самі медійники. Заголовки красномовно підкреслюють «складні часи» та стратегічну роль культури – «Як працюють українські культурні медіа під час війни» [1], «Це найгірший час для створення медіа про культуру» [28], «Культура в стані війни вгору по сходах, що ведуть вниз» [23], «Про культуру на часі і поза ним» [3], «Трансформація культури, ентузіазм та нестача фінансування. У яких умовах працюють українські культурні медіа» [5].

Постановка завдання. Метою дослідження є систематизація історії становлення та поступу телепрограм на українському телебаченні, що висвітлювали різноманітні аспекти культури та мистецтва (кіно, музика, література, тощо) крізь такі параметри: специфіка формат, хронометраж, час виходу в ефір, тривалість та причина закриття проекту. Для досягнення цієї мети застосовано низку наукових методів. Аналіз наукових джерел забезпечив вивчення наявних досліджень за темою роботи. Основний метод дослідження – контент аналіз. Було опрацьовано понад 100 випусків програм, що збереглися в архівах телеканалів та мережі. Аналітично-синтетичний та порівняльно-описовий методи дозволили виділити ключові особливості форматів телепрограм на культурно-мистецьку тематику та порівняти їх. Метод систематизації використано для структурування інформації і узагальнення результатів дослідження. Вивчення попереднього досвіду може допомогти зацікавити менеджмент каналів повернути в ефір вже апробовані формати культурно-мистецьких програм, які будуть актуалізовані до сучасних реалій.

Виклад основного матеріалу. Однією з перших телепрограм в світі з подібної тематики була «Монітор» на BBC (1958–1965) року. Ця телепрограма у вигляді кіножурналу представляла собою різножанрові випуски ву вигляді інтерв'ю, дискусій, виступів, перфомансів та документальних міні-фільмів [34].

За історію становлення українського телебачення культурно-мистецька тематика завжди була в «ефірі» і від початку роботи телецентрів у Києві, Харкові, Донецьку, Одесі, Львові за створення такого контенту відповідали окремі редакції [8, с. 168].

Програма телепередач за цей період свідчить, що тодішнє телебачення було потужним засобом популяризації культури. Завдяки створеним на телестудіях галузевим редакціям (музична, літературна-драматична) культурно-мистецький контент регулярно транслювався на екранах. На Донецькій телевізійній студії виходив телевізійний журнал «Література і мистецтво», Харківська телестудія показувала програму «Мистецтво № 1». А столичний телецентр відзначився літературним тележурналом «Слово» – спільне «видання» з Спілкою письменників України. Телебачення сформувалося та розвивалося як засіб популяризації культури, що прослідковується і в інших жанрових формах. Перші постановки літературних творів, які з різних причин раніше не ставились у театрах, були головною перевагою першого телевізійного театру. Самостійний творчий колектив з постійною, хоч і невеличкою, трупою був створений влітку 1957 р. у київському телецентрі [8, с. 120].

З 1979 року і по 1986 рік на УТ виходила одна з перших музично-розважальних телепрограм «5 хвилин на роздуми» (вед. З. Журавльова), яка була присвячена поп і дискомузиці. З 1975 року по 2005 рік на УТ виходила ранкова телепрограма «Музична пошта» [20, с. 109].

Надбання української телеісторії у царині культурно-мистецького контенту не пройшли повз. За період незалежності на українському телебаченні

були представлені різноманітні телевізійні програми, які репрезентували культурно-мистецькому контент в різних форматах.

Наприкінці 90-х років на каналі СТБ почала виходити авторська телепрограма Оксани Новосад, присвячена музиці «Імпреза» [13]. Телепрограма виборола національну премію «Телетріумф» у 2002 та 2003 роках у номінації «Телепрограма про культуру». «Імпреза» виходила в ефір до 2006 року вже на телеканалі ТЕТ.

Телеканал «1+1» від початку свого існування у 1995 році, тривалий період своєї роботи приділяв увагу культурно-мистецькій тематиці. Співзасновник телеканалу Олександр Роднянський та ведучий, а згодом тодішній генеральний редактор «1+1» Юрій Макаров (сьогодні головний редактор телеканалу «Перший») та творча команда, яку вони згуртували навколо себе були вихідцями з кіноіндустрії – всі вони прийшли зі студії «Київнаукфільм».

Тож зокрема, чимало з перших авторських телепрограм телеканалу висвітлювали світовий та український кінематограф. Серед них – «Імперія кіно», «Аргумент кіно», «Підпільна імперія» [30].

Щодо формату названих вище програм, то наприклад, «Імперія кіно» представляла собою власне фільм, який перед цим коротко представляв аудиторії ведучий. Спочатку це був Юрій Макаров, згодом акторка театру і кіно Ольга Сумська, пізніше – Анатолій Ярема. Зазначимо, що в різні періоди Макаров та Ярема працювали як ведучі і редактори телепрограмам каналу, щоприсвячені культурно-історичній тематиці, серед них «Документ», «Спецпроект Юрія Макарова» (4-х серійний фільм «Мій Шевченко»), «Телеманія». Коли програма почала виходити в ефір, наприкінці 1990-х початку 2000-х рр. саме телебачення було основним ретранслятором кіномистецтва для української аудиторії. В цей період глядачі побачили популярні голлівудські фільми «Маска», «Матриця», «Ван Гельсінг», «Гаррі Поттер та філософський камінь». Час виходу програми як правило був вечірнім – 21.00–22.00, адже вона передувала власне фільму, які більшість аудиторії дивилися саме по телевізору.

Авторський телепроект Володимира Войтенка *«Аргумент кіно» (199–2018)* [30] на противагу легкій та невимушеній подачі інформації в «Імперії кіно», пропонував більш змістовний аналіз стрічок, розрахований не лише на масового глядача, а і на поціновувачів авторського кінематографу. Кінознавець, автор і редактор різноманітних кіножурналів, найпопулярніший серед яких «Кіноколо», член журі різноманітних кінофестивалів В. Войтенко впродовж майже 20 років розповідав про найприкметніші кінопрем'єри тижня, спілкувався у студії з відомими діячами кіно. Цей проект по праву можна назвати найдавнішою авторською програмою на українському телебаченні. За час існування програми було відзнято 20 сезонів по 13 випусків у кожній. На жаль, 2018 року програма перестала виходити в ефір [30]. На нашу думку, серед можливих причин закриття проекту – є нічний час виходу в ефір (01.20 або 00.35), коли частка переглядів низька і без того «не високі» глядацькі показники зменшувалися.

2024 року керівництво каналу вирішило відновити легендарну телепрограму «Аргумент кіно» в ефірі «1+1. Україна» [2]. Ведучим став Єгор Гордєєв. Формат програми залишився незмінним – перед показом стрічки ведучий має бесіду із відомими культурними діячами, акторами, режисерами, продюсерами та кінокритиками. Глядачі мають змогу почути особисті думки, роздуми та професійний аналіз від експертів, що допоможе глибше зануритися в контекст кожного фільму та краще зрозуміти його культурне й історичне значення. Відновлену програму об'єднує українська класика та сучасні стрічки, які вже здобули визнання, як серед критиків, так і серед глядачів. В першому сезоні програми вже показали «Тіні забутих предків» С. Параджанова, «Мої думки тихі» Антоніо Лукіча, «Лісова Пісня» Ю. Іллєнка, документалку «Яремчук: незрівняний світ краси», «Памфір» Д. Сухолиткого-Собчука, «20 днів у Маріуполі» М. Чернова. Другий сезон почав виходити в ефір у лютому 2025 року і глядачі мали змогу подивитися «Камінний хрест» Л. Осики та українсько-американський документальний фільм «Озброєні піснею» 2024 року режисера Раяна Сміта про музичну індустрію в Україні під час широкомасштабного вторгнення. Оновлена програма не має праймового часу і виходить в ефір доволі пізно – о 23.00 щосуботи.

Телепрограма *«Підпільна імперія» (2013–2016, 1+1)* присвячена прем'єрному немасовому кіно. Після показу фільму, ведучий і кінокритик Андрій Алфьоров у форматі бесіди із гостями студії, експертами у галузі кіно продовжував обговорення фільму. У 2014 році телепрограма продовжила виходити в оновленому форматі. Гостями програм стали популярні особистості з різних галузей. Так, глядач мав можливість більше дізнатися про зіркових гостей крізь призму улюблених стрічок. У різний час гостями програми були ведучі Соломія Вітвіцька та Лідія Таран, акторки Ірма Вітовська

та Лариса Кадишнікова, музиканти Олег Михайлюта (Фагот) та Злата Огнєвич, тощо [30]. Програма виходила в ефір щоп'ятниці опівночі і звичайно це не сприяло високим рейтингам.

Унікальною у своємі роді була телепрограма *«Мінкульт» (2015, «1+1»)* [29]. Ведучим проекту був тодішній міністр культури України, а згодом віце-прем'єр міністр В'ячеслав Кириленко. Зі змістової точки зору телепроект «Мінкульт» представ собою якісний приклад контенту на культурно-мистецьку тематику – 20 хвилинні інтерв'ю про актуальні проблеми української культури з представниками національної інтелігенції (співаками, письменниками, театральними та кіно діячами). За задумкою авторів програми це мав бути майданчик для дискусій та відкритого діалогу з можливістю обговорення гострих проблем сучасної української культури, а також обміну відгуками. Проте пріорітетність культури в дії для тодішнього міністерства повністю нівелювалася нічним виходом в ефір від самого початку програми – 00.30. Було відзнято 4 сезони із загальною кількістю 38 епізодів.

Варто згадати про спробу телеканалу «1+1» відродити культову на українському телебаченні програму для дітей «Катрусин кінозал» у сучасному форматі з іншою ведучою. «Маріччин кінозал» з Марічкою Падалко виходив в ефір з 2009 по 2018 рік.

Щодо програм на інших каналах, які висвітлюють культурно-мистецьку тематику варто згадати такі проекти як «Музика для дорослих» (2011–2019, ТВі) та «Культ Експрес», ведучою яких була співачка та музикантка Марія Бурмака.

«Музика для дорослих (2011–2014, телеканал ТВі) [22]. Телепрограма репрезентувала в певній мірі унікальний формат. Оригінальність програми полягала в наявності в студії декількох знімальних майданчиків: сцена, де власне виступали запрошені музиканти, перед сценою розташовувалися запрошені гості студії, так звана кухня або майстерня – де під час виступу на екрані позаду можна було побачити як виготовляються різні промисли (до студії запрошувалися ковалі, гончарі, художники, керамісти, тощо), ну і звичайні глядацька зала. На сцені проекту «Музика для дорослих вперше з'явилися на телебаченні багато українських музикантів та гуртів, які згодом стали популярними не лише в нашій країні, а й за кордоном. В ефірах програми можна було побачити виступи наживо «Один в каное», «Табула раса», «Антитіла», «Даха браха», Дмитра Шурова (Pianoboy), «Юркеш», Антоніни Матвієнко, Андрія Запорожця (Sunsay), «Atmasfera», «Шпилясті кобзарі», «Mgzavrebi», тощо [22]. Серед запрошених гостей проекту – представники літератури (письменники, видавці, поети), кінематографу (актори, режисери, продюсери), музейних інституцій, виставкових залів, а також мистецькі журналісти, скульптори, композитори, художники, радіоведучі, діджеї, тощо. Таке широке коло фахівців з різних галузей культурної сфери завжди забезпечувало цікаву та предметну дискусію щодо функціонування української культури в соціумі, її просування у світі та Україні, фінансування та розвитку. Вправним модератором випуску виступала ведуча Марія Бурмака – співачка, композиторка, народна артистка України. Активна громадська позиція, участь в культурному житті країни Марії Бурмаки сприяла відвертим та щирим розмовам з гостями, які часто були колегами по сцені та друзями ведучої. За час свого існування програму декілька разів закривали, змінювали формат, однак незмінним лишалася концепція синергії різних видів мистецтв з акцентом на українську культуру. Важливо зазначити, що у різний час програма мала досить тривалий хронометраж – від 60 до 90 хвилин. Телепрограма виходила в ефір в досить «вдалий» час – 21.00, але у різні дні, часто це були будні. «Музика для дорослих» відкрила багато імен для українського слухача, адже в той час музикантам було важливо бути на телебаченні, щоб підтримувати медійність. Згодом такими майданчиками стали радіо та інтернет.

«КультЕспрес» («Еспресо ТВ, 2015–2019). Телепрограма представляла собою своєрідний путівник культурними подіями столиці та країни. Ведуча проекту – співачка Марія Бурмака проводить глядачам міні екскурсію на виставки, концерти, презентації, покази, фестивалі, вистави. Хронометраж програми – 20 хвилин. За короткий проміжок ведуча проекту співачка Марія Бурмака встигає розказати глядачам про цікаві виставки, концерти, презентації, покази, фестивалі, вистави та встигає провести глядачів за лаштунки декількох подій. Назва «Культекспрес» цілком виправдана, аби проінформувати аудиторію про насичений культурними подіями тиждень та не прогавити нічого цікавого, ведуча часто з'являється в кадрі за кермом авто, поспішаючи на захід [12]. Проте, у такому «дещо» аматорському форматі криються й інші причині, зокрема фінансові. Про задіяні ресурси у вигляді власної техніки чи авто ведуча проекту Марія Бурмака згадувала і у власних дописах на Facebook: «Я возила знімальну групу на своєму авто, наш режисер монтував дома,

аби не переобтяжувати монтажки каналу, а наші інтерв'ю однією камерою, але з імітацією двокамерної зйомки, взагалі стали легендою. Ну а якщо камери не було – ми шукали і знаходили відео самі, а вже якими зусиллями акредитовувались на деякі концерти, то взагалі окрема історія». До слова цей допис від 27 грудня 2019 р., присвячений фінальному випуску програми та її закриттю у 2019 році. Телепрограма виходила в ефір щонеділі вранці о 9.00.

Серед інших програм про музику варто згадати «Jazz з Олексієм Коганом». У 2012 році ця програма вперше вийшла в ефір з нагоди ювілейного 5-го фестивалю «Jazz in Kiev». В рамках програми ведучий музикант та журналіст Олексій Коган та відомі українські виконавці говорили про джаз та грали його наживо в ефірі. Програма виходила у вихідні о 22:30. «Jazz із Олексієм Коганом» – це спільний проект TVi та продюсерського центру JazzinKiev. До цієї телепрограми Олексій Коган вів власні проекти на радіо, до яких згодом і повернувся після закриття проекту («Година Меломана» на радіо «Пломінь, «MusicRadio» і «Радіо Ера», шоу «Jazz Time» на Радіо Аристократи та авторську програму «Плейлист Когана» на Old Fashioned Radio).

«Кіно з Яніною Соколовою» (2013–2020, 5 канал). Формат програми – це 20-хвилинні відео-інтерв'ю з людьми, які створюють кіно. Ведуча Яніна Соколова проводила відверті розмови з українськими та всесвітньо відомими постатями сучасного кінематографа. Серед гостей програми у різний час були: Богдан Бенюк, Віктор Андрієнко, Ірма Вітовська. Володимир Горянський, Олексій Вертинський, Олексій Горбунов, Ахтем Сеїтаблаїв, Мирослав Слабошпицький, Сашко Лірник та Костянтин Лінартович, Іванна Сахно, тощо [10]. Під час розмови з ведучою запрошені ділилися власними думками про світ, відносини, політику, родину, і, звичайно, розповідали про свій, особистий, погляд на кіно. Основний акцент програми на саме українському кіновиробництві, а також кінофестивалях чи преміях. Перегляд випусків програми «Кіно» свідчить про високу інформативність програми та акцент на популяризації українського кіно. Адже головна мета полягала в тому, аби спонукати до перегляду українських стрічок аудиторію, про що свідчила заставка програми – «Кіно – непоганий інструмент розказати світові про красу та велич України», «Не закривай очі на своє», «Підтримай українські стрічки переглядом».

Авторка та ведуча програми Яніна Соколова – журналістка та актриса театру і кіно. Пряма дотичність до предмету розмови дозволяє ведучі вправно вести розмову з гостями, ставити чіткі, а іноді гострі питання, аби глядач міг сформувати свою суб'єктивну думку.

За період існування програми час її виходу в ефір був різний спочатку це була субота 13.10, пізніше прайм тайм п'ятниці, останні роки існування програма виходила у недільного ранку о 10.25 [10].

На відміну від багатьох інших проектів, які були згадані, зокрема проектів телеканалу «1+1» («Аргумент кіно», «Підпільна імперія», «Документ») програма «Кіно» ніколи не виходила в нічний час, крім повторів. На нашу думку, це є важливим критерієм і сприяє збереженню, або ж навпаки втраті аудиторії.З січня по травень 2016 року виробництво проекту було призупинене через відсутність фінансування. Впродовж цього періоду глядачі дивилися повтори попередніх випуків, поки тривали пошуки спонсора. Під час перерви у виході в ефір ведуча Яніна Соколова коментувала специфіку культурно-мистецьких телепрограм наступним чином «Мені шкода, що українські комерційні компанії не надто воліють допомагати культурним проектам. Це сковує руки менеджерам телеканалів, які через дотаційність подібних проектів і низькі показники перегляду широкою аудиторією по ТБ змушені її закривати або надавати нічний час ефіру, де їх ніхто не бачить. Але я вдячна 5-му каналу за розуміння, що є речі, важливіші за загальний рейтинг. І є рішення відновити зйомки проекту з огляду на ідеологічні складові» [27].

Проте, врешті решт програма все одно закрилася. Останній випуск програми «Кіно» вийшов в ефір 23 лютого 2020 року, він був присвячений стрічці «Пульс». Телепрограма «Кіно» представляла собою приклад якісного контенту на культурну тематику з важливою місією – популяризація українського кіно

«Енеїда» (2018–2020, «UA: Перший», «Суспільне». Кулінарно-літературне шоу, в якому ведучий Є. Клопотенко щотижня запрошує до себе на кухню знавців літературної сфери (письменників, поетів, критиків, літературознавців тощо), а згодом (2–3 сезон) представників культурни та мистецтва та разом з ними знайомить глядачів з маловідомими рецептами української кухні та сторінками життя українських письменників. Тематично кожен випуск програми присвячений конкретному класику української літератури.

Наприклад, гостями програми у першому сезоні стали літературний критик Євген Стасіневич, письменник Сергій Жадан, літературна критикиня Богдана Романцова, поетеса Ірина Цілик, які разом з ведучим познайомили глядачів з незвичайними деталями життя І. Котляревського, Т. Шевченко, М. Вороного, О. Теліги [9].

Перший сезон проекту видався успішним, про що свідчили як і рейтинги так відгуки глядачів. Хронометраж програми збільшився з 27 до 50 хвилин, але у 2020 році програма перестала виходити в ефір. Загалом було відзянто три сезони. На нашу думку це пов'язано зі стрімким розвитком карєри ведучого, який пішов з шоу аби реалізувати інші власні проекти.

«Як дивитися кіно» (2019–2020, «UA: Перший», «Суспільне»). Структура програми дещо схожа на «Аргумент кіно». Ведучий програми кінознавець Лук'ян Галкін. Програма складається з двох частин: у першій Лук'ян Галкін говорить власне про стрічку, а у другій проводить інтерв'ю з запрошеним експертом, який далеко не завжди є людиною з кіноіндустрії [33]. Програма виходила в ефір три сезони і її закриття пов'язане з отриманням Лук'яном Галкіним посади виконавчого продюсера на телеканалі «Суспільне. Культура».

На сьогодні телеканал «Суспільне. Культура» залишається єдиним на українському телебаченні, який за своїм статусом та статутом здійснює виробництво культурно-мистецького контенту. Аудиторія Youtube каналу «Суспільне. Культура» за перший рік повномасштабного вторгнення збільшилася в чотири рази. Завдяки створеному контенту на культурно-мистецьку тематику, журналісти висвітлювали актуальні культурні події, протидіяли пропаганді, документували воєнні злочини, забезпечували їх публічність у суспільстві, сприяли поширенню нових знань про культуру та мистецтво, об'єднували націю [35].

Це засвідчує вирішальну роль, яку відіграє культурна журналістика у формуванні громадської думки та просуванні культурної обізнаності під час війни, що робить окреслену тему дослідженння актуальною та потребує уваги науковців.

Висновки. Огляд основних телевізійних проектів, присвяченим різним аспектам культури та мистецтва демонструє широке розмаїття оригінальних форм. Проте оригінальність та унікальність формату деяких програм («Мінкульт», «Музика для дорослих», «Культекспрес») повністю нівелювалася нічним або ранковим виходом в ефір або ж фінансовими труднощами, що ускладнювали виробництво програми. Здійснений контент аналіз показав, що здебільшого проекти, присвячені кіно мають усталений «класичний формат»: фільм та коротке інтерв'ю у студії про власне стрічку. Саме така «канонічна» форма має велику перевагу – проста та зрозуміла глядачеві структура. Це дозволяє менеджменту каналів приймати рішення на користь «відродження» таких апробованих проектів, але з їх актуалізацією для сучасного глядача. Як це сталося з програмою «Аргумент кіно». На нашу думку, більш ранні йчас виходу в ефір (зараз програма виходить о 23.00) допоможе більшій кількості українців познайомитися з шедеврами українського кіно. Аналізовані телепроекти об'єднує експертність ведучих у тематиці програми, що засвідчує якісний рівень цих медіапродуктів. Із закриттям проектів ведучі «мігрували» в інші медіа (Ю. Макаров, О. Коган) або продовжили власні проекти (Є. Клопотенко) чи діяльність (Я. Соколова, М. Бурмака, Л. Галкін). На комерційних телеканалах фінансовий чинник продовжує залишатися основним в процесі створення програм з культурно-мистецької тематики. Адже деякі проекти продовжували існування завдяки «небайдужесті» спонсорів до культури («Кіно»), а з деякі доводилося закривати («КультЕкспрес»). Ефір багатьох проектів («Музика для дорослих, «КультЕкспрес, «Мінкульт», «Кіно») припав на сумні для України події 2013–2014 рр. (анексія Криму, окупація Донецької та Луганської областей Росією, революція гідності). Це засвідчує надзвичайно вагому роль культурно-мистецького контенту під час війни, що триває. Проте на сьогодні більшість українських каналів зробили вибір на користь рейтингових розважальних проектів, а не культурно-мистецьких програм. Існування подібних проектів потребує постійного фінансування чи пошуку спонсорів, що унеможливлює в той час як всі зусилля канал направляє на праймові проекти. Нічний час виходу в ефір, активний розвиток інтернету, призвели до втрати аудиторії культурних телепроектів. Міграція глядачів в мережу, ріст популярності культурного контенту в інтернеті та зникнення власне самих культурних програм в ефірній сітці українських телеканалів є перспективною темою для подальших наукових досліджень.

Список літератури:

1. Бліндюк М. Як працюють українські культурні медіа під час війни. URL:https://suspilne.media/245223-ak-pracuut-ukrainski-kulturni-media-pid-cas-vijni/ (дата звернення 09.02.2025)

2. Буняк В. «1+1 Україна» запускає проєкт «Аргумент кіно» з ведучим Єгором Гордєєвим URL: https://detector.media/infospace/article/233539/2024-10-17-11-ukraina-zapuskaie-proiekt-argument-kino-z-veduchym-iegorom-gordieievym/ (дата звернення 10.02.2025)

3. Вієру. О. Про культуру на часі і поза ним. URL:https://lb.ua/blog/olha_viieru/571570_pro_kulturu_chasi_i_poza_.html. (дата звернення 31.01.2025).

3. Галацька В. Аналітично-художня інтерпретація картини світу в сучасній театральній журналістиці України (на матеріалі друкованих видань). Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. Вип. 39. Львів, 2014. С. 208–212.

4. Гарматій О., Кісіль С. Тема культури в українських ЗМІ: основні тенденції подання. Вісник Національного університету «Львівська політехніка» : Журналістські науки. Львів, 2018. Випуск 896, номер 2. С. 18–25.

5. Дем'янюк.А. Трансформація культури, ентузіазм та нестача фінансування. У яких умовах працюють українські культурні медіа. URL: https://mediamaker.me/u-yakyh-umovah-praczyuyut-ukrayinski-kulturni-media-13724/. (дата звернення 31.01.2025).

6. Іванова О. А. Літературно-мистецька періодика в соціальнокомунікаційному просторі України початку XXI століття : автореф.дис. ... д-ра наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2010. 31 с.

7. Іванюха Т., Пирогова К. Культурологічна телепрограма як інформаційно-комунікаційний засіб репрезентації парадигм культури в регіональному медіапросторі. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія, Журналістика. Том 32 (71) № 5 Ч. 2, 2021. С. 165–169.

8.Іщенко А. Історія становлення українського телебачення: виникнення телевізійних професій та апробація жанрів екранного мистецтва (1939–1969 рр.). : дис. канд. наук з соц. комун.: 27.00.04 / Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2018. 259 с.

9.Енеїда.URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PLIumsbnlfadh3VW1w8PenIZs4rB7Bi_8h. (дата звернення: 5.02.2025).

10.Кіно.URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PL5eQ15vxDEVyOKZm5KbeA7dLtXjjRrsDj (дата звернення: 5.02.2025)

11.Кулешик О. (Пищик). Культурно-мистецькі телепрограми як соціокультурні проекти в сучасному українському телепросторі. Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2012. Випуск 33. С. 154–160.

12.КультЕкспрес.URL: https://espreso.tv/quotkult_ekspresquot_z_mariyeyu_burmakoyu.(дата звернення: 5.02.2025)

13. Лавріненко О. Оксана НОВОСАД: «Ми самі себе маємо цінувати. І прямо тепер». URL : https://old.day.kyiv.ua/uk/article/media/oksana-novosad-mi-sami-sebe-maiemo-cinuvati-i-pryamo-teper. (дата звернення: 1.02.2025)

14. Лісневська А., Новікова Р. Аудіовізуальний контент у культурній журналістиці воєнного часу: до питання національної ідентичності. Синопсис: текст, контекст, медіа. Київ, 2023. Т. 29 (2). С. 131–138.

15. Литвиненко А. Українські Youtube-канали на культурно-мистецьку тематику під час повномасштабного вторгнення росії до України. Образ, 2023. № 2 (42). С. 25–37.

16. Литвиненко А., Мисечко А. Специфіка і тенденції висвітлення культурно-мистецьких новин на українському телебаченні. Knowledge, Education, Law, Management. No. 8, 2022. P. 122–130.

17. Мадей А. Історико-культурний контент інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (2004–2019 рр.).– :дис. канд. наук із соц.комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2021. 183 с.

18. Мар'їна Л. П. Сучасна журналістика і культура: спільність генезису. Вісник Львівського університету: журналістика. Львів, 2012. Вип. 36. С. 73–78.

19. Мар'їна Л. Журналістика і культура: динаміка взаємодії / Л. П. Мар'їна. Львів : ПАІС, 2013. 164 с.

20. Мащенко І. Телебачення України. К. : Тетра, 1998. 511 с.

21. Мірошниченко Ю. П. Культурно-мистецька проблематика провідних якісних газет України та світу : дис. канд. ... наук із соц.комунікацій : 27.00.01 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2015. 183 с.

22. Музика для дорослих. URL : https://www.youtube.com/playlist?list=PL67mb9yPr730zxTR72wWkZZ5gMAk6NbCM. (дата звернення: 5.02.2025)

23. Настояща. К. Культура в стані війни вгору по сходах, що ведуть вниз. URL: https://day.kyiv.ua/article/kultura/kultura-v-stani-viyny-vhoru-po-skhodakh-shcho-vedut-vnyz. (дата звернення: 31.01.2025)

24. Пипич. О. Розвиток нішевих та OTT каналів, зростання відкладеного перегляду, бум квізів та серіалів. Підсумки 2024 для українського телебачення. URL: https://detector.media/rinok/article/237303/2025-01-21-rozvytok-nishevykh-ta-ott-kanaliv-zrostannya-vidkladenogo-pereglyadu-bum-kviziv-i-serialiv-pidsumky-2024-go-dlya-ukrainskogo-telebachennya/ (дата звернення 10 лютого 2025).

25. Пирогова К. Арт-журналістика в системі комунікаційного простору на прикладі видання «Телекритика» /Вісник Львівського ун-ту. Серія Журналістика. 2014. Вип. 39. С. 92–97.

26. Полякова Г. Типологія літературних дискурсів у медіа-текстах (сайт www.segodnya.ua). Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. 2017. № 4. С. 173–176.

27. П'ятий канал відновлює проект «Кіно» з Яніно. Соколовою. URL : https://detector.media/production/article/114783/2016-04-29-5-kanal-vidnovlyuie-proekt-kino-z-yaninoyu-sokolovoyu/. (дата звернення: 31.01.2025)

28. Семенюта. І. «Це найгірший час для створення медіа про культуру, але кращих часів не буде». URL : https://detector.media/infospace/article/227079/2024-05-20-tse-naygirshyy-chas-dlya-stvorennya-media-pro-kulturu-ale-krashchykh-chasiv-ne-bude/. (дата звернення: 31.01.2025)

29. Скорик А. Музичні програми регіонального телебачення в інформаційному просторі сучасності (на прикладі програм Львівського телебачення) : Дис... канд. наук: 26.00.01 / Скорик Андріана Степанівна. – Л., 2009. – 190 с.

30. Телеканал «1+1». URL : https://1plus1.ua. (дата звернення: 5.02.2025)

31. Темчур К., Роль телепрограми «Енеїда» у популяризації української культури. Образ. Суми; Київ, 2019. Вип. 2 (31). С. 54–61.

32. Темчур К. Популяризація культури України у новинах українського телебачення. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації». Харків, 2019. № 14, С. 81–86.

33. Як дивитися кіно з Лукяном Галкіним. URL: https://suspilne.media/culture/page/yak-dyvytysia-kino/. Дата звернення: 5.02. 2025.

34. BBC. One Monitor URL: https://www.bbc.co.uk/programmes/p013h1s5. Дата звернення: 5.02. 2025.

35. Lytvynenko A. Ukrainian cultural and Art TV Programs during the Russia's invasion of Ukraine. Periodyk Naukowy Akademii Polonijnej. No. 3, 2023. P. 140–150.

Lytvynenko A. I. CHARACTERISTICS OF THE FORMATS OF CULTURAL AND ARTISTIC PROGRAMS ON UKRAINIAN TELEVISION: HISTORICAL PROGRESS AND PROSPECTS

The article is devoted to the study of the formats of cultural and artistic television programs that were broadcast on Ukrainian television during the period of independence. It is determined that with the beginning of a full-scale war, the role of cultural content acquired strategic importance. The article finds out that during the period of its formation, various programs about music, cinema, literature, painting, art and culture in general were broadcast on Ukrainian television. However, all these projects ceased to exist. The article attempts to systematize the progress of cultural and artistic television, starting from the period of 1960, as well as the possibility of implementing previous experience in modern television realities. Using the method of content analysis, the following television programs were studied: "Empire of Cinema" ("1+1"), "Underground Empire" ("1+1"), "Argument of Cinema" ("1+1"), "Minkult" ("1+1"), "Music for Adults" ("TET"), "KultExpress" ("Espresso TV"), "Jazz with O. Kogan" ("TET"), "Movie with Yanina Sokolova" ("Channel 5"), "Aeneid" ("Public"), "How to Watch a Movie" ("Public"). The following parameters were used for the analysis: specificity, format, timing, airing time, duration and reason for project closure.

The article determined that despite the variety of original forms of cultural and artistic television programs, their night or early airing completely negated the goal of such projects, which was to popularize culture and arts. It was found that financial difficulties often complicated the production of the program. Content analysis has proven that programs with an established "canonical" format have every chance of being revived, thanks to a clear structure and long-term preliminary testing on the air. It has been determined that the existence of such projects requires constant funding or the search for sponsors, which makes it impossible at a time when the channel directs all its efforts to prime projects.

Key words: *culture, art, history of television, war, format.*

УДК 821.161.2:82-4 Махно
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/35

Мусій В. Б.
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

«БІБЛІОТЕКАР» ВАСИЛЯ МАХНА: ДО ПИТАННЯ ПРО ОБРАЗНІСТЬ В ЕСЕЇ

Мета статті – дослідити специфічні ознаки есе як твору порубіжної жанрової природи. Для цього автор фокусує увагу на такій категорії, як образність, простежує її рівні. А саме: 1) рівень тих наративних стратегій, які використовує автор для наближення свого твору до читача; 2) рівень тих образів, які він використовує для унаочнення своїх думок та почуттів; 3) рівень авторської присутності в тексті твору. У зв'язку з тим, що есе – це жанр, який поєднує в собі ознаки поезії та «історії» (факту), ілюстративності та декларативності, автор статті досліджує есе шляхом порівняння його з художнім твором. Тому об'єкт статті – есе Василя Махна «Бібліотекар» як один з жанрів художньої публіцистики та оповідання Олександра Жовни «Старий будинок» як художній твір. Обидва твори об'єднує ключова роль в кожному універсалії «дім». У свою чергу, поняття «дім» традиційно пов'язане з поняттями «коріння роду», «топос захисту та безпеки», «пам'ять». Кожне з цих значень актуалізовано в досліджених творах. Найважливішим в обох творах є зв'язок між універсаліями «дім» як те, що руйнується та «пам'ть» як те, що протистоїть руйнації якщо не матеріальній (кожна будівля приречена бути зруйнованою), то ментальній (людина повинна усвідомлювати родинні, національні зв'язки і тому образ родинної будівлі, або такої, що належала громадськості, зберігається назавжди, поки вона сама живе, живуть її нащадки). Основним методом дослідження був типологічний, оскільки аналізувалися і зіставлялися два твори – художній і художньо-публіцистичний. В результаті дослідження аргументовано висновок про те, що головним чином есе відрізняється від художнього тексту на рівні авторської присутності. Саме на цьому рівні виявляється тенденційність і суто публіцистичність есе, яка полягає в безпосередній декларації автором свого розуміння порушених проблем. В есе Василя Махна «Бібліотекар» автор не тільки фокусує увагу реципієнта на протидіючої часу силі пам'яті, а й завершує свій твір декількома тезами-думками про пам'ять. Якщо в художньому тексті (як в оповіданні Олександра Жовни) авторська концепція виражена опосередковано (у тому числі за допомогою художніх образів), в есе автор сам безпосередньо веде діалог з читачем від свого власного ім'я.

Ключові слова: *есе, оповідання, образ, художньо-публіцистичний жанр, фактуальність, фікційність, авторська концепція, О. Жовна, В. Махно.*

Постановка проблеми. Актуальність постанови питання про теоретичні засади розуміння есе обумовлена головним чином його вагомістю у сучасній публіцистиці. Згадаємо хоча б, що це єдиний жанр, котрому вже у шостий раз у грудні 2024 року було присвячено щорічний мініфестиваль (м. Київ). Крім того, як й інші жанри, есе постійно розвивається, набуває нових ознак, що спонукає дослідників продовжувати наукові розвідки у галузі його жанрової природи. У статті ми фокусуємо увагу на такій категорії, як образність, яка є найважливішою властивістю художньо-публіцистичного твору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на те, що категорія «образ» є ключовою в науці про твір, а також, що їй присвячено значну кількість досліджень, починаючи ще з часів античності, коли до візуального твору ставилися як до imago, який використовується або заради прикраси (ornamentum) або заради нагадування (memoria) про події, що вже відбулися. Але студіювання у галузі сутності саме публіцистичного образу (тобто такого образу, який поєднує в собі фікційність з фактуальністю, поезію з історією) почалися тільки з середини XX століття. І на сьогодні ми зустрічаємо доволі різноманітні точки зору стосовно образності в есеїстиці. В.Й. Здоровега вважає цю складову публіцистичного твору одним із головних його «ресурсів» [3, с. 248] і називає такі ознаки: лаконізм, дискусійність, зрощеність логічно-абстрактного із зримістю та наочністю, вміння автора перетворювати думку на живу особистість [3, с. 241]. Серед головних функцій образу, на думку ученого, не тільки

ілюстративна, але й пізнавальна, гносеологічна. «У цьому випадку, – пише В.Й. Здоровега, – створений автором образ дає змогу глибше осягнути саму сутність явища, політичного, економічного, соціально-політичного, яку важко, у всякому разі, лаконічно, виразити за допомогою описів і визначень» [3, с. 242]. Підтримуючі думку науковця про функції, які притаманні публіцистичному образу, А.В. Волик визначає його як «конгломерат гносеологічного (базового) і художнього образів» [1, с. 82]. На вагомості «саме художнього складника у структурі публіцистичного образу» наполягає М. Свалова [6, с. 311]. Хоча у подальшому, вивчаючи публіцистику М. Рябчука, вона акцентує увагу на логіко-понятійному та фактуальному – системі аргументів, яка представлена «теоретичною, фактографічною, емпіричною та ціннісно-нормативною аргументацією відповідно до мети автора: актуалізації гострих соціальних проблем, утримання уваги реципієнтів, залучення їх до спільного аналізу та переконання» [6, с. 315]. Як бачимо, питання сутності фікційної та фактуальної складових публіцистичного твору продовжує привертати увагу дослідників і спонукає до продовження діалогу.

Постановка завдання. Мета статті – вирішити питання про специфіку образності в есеїстиці.

Об'єктом дослідження є есе з книги Василя Махна «З голосних і приголосних: енциклопедичний словник імен, міст, птахів, рослин та усякої всячини».

Виклад основного матеріалу. В процесі досягнення означеної мети ми сконцентрували увагу на місці в тексті «Бібліотекаря» універсалії «дім» як однієї з ключових загальнозначущих позачасових та наднаціональних констант, універсальної категорії концептуальної моделі світу будь-якої людини, будь-якої доби, свого роду один із головних архетипів простору. Рефлексія стосовно категорії «дім» частіше за все пов'язана з вирішенням проблем життя і смерті, життєвого шляху. Тому образ дому, як правило, займає ключове місце в словесних творах, у яких йдеться про буття людини у світі. В своєму дослідженні ми спираємося на порівняння есе В. Махна з художнім твором – оповіданням Олександра Жовни «Самотній будинок». Ключова роль в кожному з текстів цих творів універсалії «дім» – головне, що їх об'єднує і тому стає параметром зіставлення. Вагомість образу «дім» в оповіданні Олександра Жовни підкреслена вже його назвою. Незважаючи на те, що Василь Махно назвав своє есе «Бібліотекар», а також, що він у ньому ділиться з читачем своїми спогадами про конкретного бібліотекаря на ім'я Михась, простір, у якому перебував цей бібліотекар, той осередок культури, до якого намагався притягнути мешканців села – будинок колишньої «Читальні» також стає об'єктом уваги.

Обидва твори побудовано на антитезі «минуле – сучасність», в обох провідним є мотив руйнації, який і мотивує кільцевий характер композиції кожного з текстів творів. «Бібліотекар» Василя Махна починається повідомленням про те, що колись міцний будинок колишньої «Читальні» розібрали. А завершується есе викладам думок автора про неминучість зникнення і дідового дому, і «Читальні», підпорядкованість усього у світі закону зміни циклів – руйнації та оновлення. З мотиву приреченості починається і «Самотній будинок» Олександра Жовни. Невипадково слово «смерть» присутнє вже в першому реченні оповідання. Саме це слово формує анафору, яка об'єднує три перших абзаци тексту: «Він лишався самотнім уже третій рік поспіль після її *смерті*. … Коли вона *померла*, їй було вже за сімдесят. … Отже, вона *померла,* коли їх було вже за сімдесят» [2, с. 205]. Оповідання завершується описом руйнації. Повідомляється, що спочатку старий будинок відчув один удар, потім другий і нарешті розвалився. Як і Василь Махно, оповідач у цьому творі ставиться до того, що відбувається, як філософ: життя і смерть, народження і руйнування постійно складають бінарну опозицію. Зі смертю старого будинку, як і колись міцної «Читальні», життя не зупиняється. Невипадковим є згадування про весну в останньому реченні як знаку того циклу оновлення, про який пише й Василь Махно. Основна ж частина кожного з творів, які починаються і завершуються мотивом згасання та руйнації, містить картину того, чим було наповнено існування кожного з будинків.

Образність вербального твору може бути простежена на різних його рівнях. Почнемо з того, що про образність пишуть, маючи на увазі художні засоби, які використовує автор. Так, наприклад, С. Шебеліст серед ознак есею називає «образність, афористичність, використання свіжих метафор, нових поетичних образів» [7, с. 49]. На цьому рівні принципової різниці між творами Махна й Жовни немає. Обидва автори спираються на риторичні наративні засоби.

Наступний рівень образності вербального твору – та система образів (персонажів, речей, об'єктів навколишнього світу тощо), яку використовує автор для донесення до читача своєї концепції. На поверховий погляд і на цьому рівні «Старий

будинок» та «Бібліотекар» схожі. А саме – обидва автори використовують уособлення при створенні образів будинків. Спочатку Василь Махно порівнює героя свого есе зі скаліченим голубом з переламаним крилом. А далі будинок ототожнюється з самотньою людиною, яка наближається до кінця свого земного шляху: «Так він простояв ще кілька років ніким не захищений від проливних дощів і зимових снігопадів. Будинок терпеливо чекав своєї смерті й дочекався» [5, с. 34]. Уособлення є головною художньою стратегією, яку використовує й О. Жовна. Більше того, саме старий будинок є оповідачем в центральній частині оповідання. Зовнішня точка зору безіменного наратора присутня лише у перших трьох та останніх двох абзацах тексту оповідання О. Жовни, хоча і тут явною є персоніфікація образу. Починаючи з четвертого абзацу автор пропонує такий собі вірогідний варіант продовження історії, змінює точку зору і «передає право голосу» будинку («І кому, як не йому самому, краще продовжити цю історію, яку він міг би оповісти, можливо, так» [2, с. 205]). Оповідання Олександра Жовни є імпресіоністичним, і головною ознакою цього є такий художній засіб як одивнення (буття людей з точки зору будівлі). Невипадковою при цьому є також мозаїчність художньої картини світу, фрагментарність образу часу, коли інформація про події подається непослідовно, окремими спалахами не тільки історії дома та його господині, але й буття багатьох людей, котрі на короткий час знаходили тут притулок, ховаючись від війни. З одного боку, включення слова «війна» у текст оповідання, свідчить про те, що його автор спирається на реальні події. Але насправді така документальність не є суттєвою в «Старому будинку» О. Жовни. Як не має значення, де саме знаходився старий будинок, у якій частині країни. Тому його образ в оповіданні максимально узагальнений, зрозумілий будь-якому читачу.

В. Махно також прагне наблизити своє есе до будь-якого читача. Звідси й оперування такою категорією як «дім», яка має універсальний сенс. Але при цьому він переважним чином оперує фактами і створює образ конкретного будинку. Крім того, що автор посилається на документи, пов'язані з ним, наводить ім'я реальної людини, яка згадувала про нього (місцевого хронікаря Миколи Мотузка [5, с. 35]), він вказує на зв'язок цього будинку з діяльністю організації, одним з головних завдань якої було формування усвідомлення українцями свого національного достоїнства (виявляється, що до побудови Читальні за ініціативою «Просвіти» було залучено й тих українців, які перебували на той час в Америці та Канаді). Він наводить свідчення про те, як збирали гроші, і саме яким був кошт будівлі, вказує точну дату початку діяльності «Читальні» – 1925 рік. А далі зупиняється на хронології занепаду: одразу після Другої світової війни було розібрано до цвяха величний панський будинок із колонами, при кінці 1960-х з польського Народного дома зробили зерносховище, а з фільварку – колгоспні гаражі, які також з часом знесли, у 1980 було знесене «добротне приміщення старої школи»… Так поступово наблизився час руйнації й «Читальні».

Центральна частина есе В. Махна, як і оповідання О. Жовни – це історія людини, доля якої була тісно пов'язана з будинком. Але тут знову ж таки все конкретно і документально. Розповідається про бібліотекаря Михася Баґнаса, який працював тут у 1930-ті роки. Автор згадує, як той виглядав. «Закарбувався у моїй дитячій пам'яті сивим, високим чоловіком з доброзичливою усмішкою, що визирає зі своєї обори», – пише він [5, с. 36]. Головне ж у його спогадах – те, як наполегливо бібліотекар намагався залучити дорослих і малих селян до книжок і як пізніше люди намагалися схвати книжки, які він роздав. Вони закопували їх в землю разом із фотографіями, листами – усім, що 1939 року могло наражати їхніх власників на небезпеку арештів. І цей опис Михася, і свідчення про хования книг слугують знову ж таки посиленню достовірності історії, яку автор пропонує своєму читачу, підкріплюють його розповідь історико-політичним контекстом.

А далі – образ ще одного будинку, приреченого руйнації – будинку, у якому виріс автор. Він зізнається, що мати поскаржилася на те, що дім, який було побудовано дідом, потребує ремонту, що вони почали обмірковувати плани порятунку «покинутого дому», але незважаючи на всі ці розмови, процес розвалу продовжується, до дому «руки не доходять». Образ рідного дому безпосередньо пов'язаний в есеї «Бібліотекар» з наступним рівнем образності.

Третій рівень поняття «образність» пов'язаний із стратегіями прояву авторської індивідуальності у вербальному творі. Саме цей третій рівень дозволяє, на думку відомого сучасного українського есеїста Тараса Прохаська, визначити сенс цього жанру: «дослідження світу через самого себе, через власну суб'єктивність» [4].

Автор художнього твору, оповідання, О. Жовна пропонує читачу погляд на події крізь призму сприйняття свого героя. Тому він переходить від

однієї точки зору на події до іншої, але жодна з них не є його власною. Безумовно це не значить, що він абсолютно відсторонюється і не має власної концепції. Авторська концепція життя як потоку часу, в якому є і найкраще – кохання, але також незбіжними є втрати, самотність, наближення кінця, є явною в оповіданні О. Жовни. Але надана вона опосередковано – виявляється у засобах організації композиції, системи образів, хронотопу тощо. Що ж до есе В. Махна, то у ньому автор передає власне бачення того, що відбувається. надає своєму читачу власні спогади, власну рецепцію подій, власне розуміння тих законів, які визначають сутність буття.

В.Махно і на цьому, третьому рівні звертається до образів, але підпорядковує передачі свого розуміння тієї історії, яку пережив сам. Тому він стає таким самим персонажем, що й ті підлітки, про яких розповідає, його батьки й односельці. В тексті посилюється роль тих знаків, що мають безпосереднє відношення до власної біографії автора, який народився на Тернопільщині, де й пройшло його дитинство. Згадується тут і місце сьогоднішнього перебування автора: «…хрускіт переламаного крила даху старого будинку «Просвіти» й так долинув аж до Нью-Йорка…» [5, с. 38]. Так на перший план виходять роздуми про здатність людини спротивлятися руйнуванню, хоча б внутрішньо.

Універсалія «пам'ять» уперше згадується в тексті есе «Бібліотекар» після опису численних зникнень будівель в його рідному містечку. «Отак, – пише В. Махно, – на очах зникає наша пам'ять. Скидається на те, що вона уже нікому не потрібна, бо за демографічними прогнозами, якщо пропорція народжуваності та смерті збережеться такою, як є нині, то за п'ятдесят років тут не залишиться жодного мешканця» [5, с. 35]. І тут він знову повертається до спогадів про бібліотекаря. Але цього разу – для підкріплення власних тез про головні цінності життя. В. Махно згадує, як Михась виконував обов'язки суфлера під час вистав. «Мабуть, – пише автор, – він ховався за завісою, звідки часто долинало: «Три рази: ха-ха-ха», або «Цілюйтесє». Зала вибухала гучним реготом. Спантеличені актори позирали вбік, звідки лунали Михасеві підказки, а він показував рукою, мовляв – продовжуйте!». З одного боку, таке завершення твору мотивовано намаганням якось пом'якшити трагізм звучання думки про амнезію, яка охопила усіх. Але, на нашу думку, є й інша причина. Останнє речення у тексті есею В. Махна таке: «І от ми продовжуємо» [5, с. 38]. Важко вирішити точно, про що йдеться: що «ми» продовжуємо? хто ці «ми», що продовжують? Неможна виключити, що автор має на увазі всіх людей, не тільки тих, хто зустрічався з Михасем або щось чув про нього. «Ми» – це усі ті, хто з плином часу втрачають пам'ять і сприймають руйнацію старого як норму устрою життя. Фізично ми не можемо зупинити процес втрати минулого. Але ментально – здатні. І для того, щоб збереження пам'яті не припинялося, нам і потрібні суфлери, які вчасно підкажуть, нагадають. От саме таким й був бібліотекар Багнас. І тут читач усвідомлює тісний зв'язок між універсаліями «дім» і «пам'ять» – нашими коріннями і тим, що залишає їх назавжди живими (поки ми про них пам'ятаємо), протидіючи тим самим руйнуючої силі часу.

Якщо перша частина есею «Бібліотекар» містить у собі суто епічне – опис стану рідного міста автора у різні часи і місцевих подій, а центральна має більш ліричний характер – автор згадує своє дитинство і ділиться власними спогадами про зустрічі з Михасем. При цьому у цих спогадах перемішано драматичне (звучання цієї частини визначається тим, що йдеться про самотню людину, для якої єдиним сенсом життя були книги) і комічне («місцевий дивак» намагається заохотити дітей до читання, а вони у цю мить мріють лише про продовження гри, хоча й не відмовляються від солодких подарунків бібліотекаря). Що ж стосується останньої, заключної частини тексту твору, то вона суто публіцистична. Повернувшись до універсалії «пам'ять», автор погоджується з тим, що й насправді нікому і нічому не дано уникнути змін, яки несе з собою час. Але з не меншою впевненістю наголошує на природності для людини внутрішнього спротиву цієї істині. У заключній частині В.Махно відволікається від власних спогадів та почуттів, від конкретного містечка, з яким пов'язано долі багатьох його родичів та знайомих. Ця частина – декларування автором того, що має відношення для усього людства і до будь-якої окремої людини – його думок про неприпустимість втрати корінь і пам'яті про них.

Висновки. Понятійно-логичне і образно-емоційне утворюють нерозчленовану синкретичну єдність в есе на відміну від оповідання. Звідси – питання про сутність образності в цьому жанрі. Образність можна розглядати на різних рівнях: 1) авторських наративних стратегій, тобто тих засобів художньої виразності, які використовуються автором; на цьому рівні важко провести межу між есе і художнім твором (наприклад, оповіданням); 2) системи образів у тексті твору,

і тут, якщо вести розмову про есе, майстерність автора проявляється у гармонійному поєднанні документальності, фактуальності та домислу яку результату діяльності його уяви (на відміну від художнього твору, у якому образ – результат художнього вимислу). Обидва рівні дозволяють вести розмову про схожість есе на художній твір і тому вважати його художнім (або художньо-документальним). На третьому рівні образності, коли ми звертаємось до форм вираження автором власних думок, почуттів (усього того, що традиційно пов'язано з образом автора), яскраво виявляється інша складова есе як порубіжного, метажанрового твору – його публіцистичність. Саме з цим рівнем пов'язано декларування автором тих загальнолюдських проблем, які він порушує своїм есе на відміну від фікційного твору, у якому безпосередній виклад автором власних думок може стати ознакою відходу від художності). Таким чином, образна природа есе зумовлена і логічним, і емоційним характером відтворення дійсності. При цьому індивідуально-неповторне не заперечується, але підпорядковується загальнозначущому, а виклад автором свого розуміння універсальних категорій стає найбільш вагомою частиною твору.

Список літератури:

1. Волик А.В. Філософський, психологічний, художній та публіцистичний образи: сутність понять. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences.* 2019. VII (32). С. 79–84.
2. Жовна О. Партитура на могильному камені. Повісті та оповідання. Львів: Піраміда, 2019. 216 с.
3. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. Львів: ПАІС, 2008. 276 с.
4. Знайомство з есеїстикою. Конспект лекцій Тараса Прохаська «Есей: спроба реконструкції». URL: https://pen.org.ua/znajomstvo-z-eseyistykoyu-konspekt-lektsiyi-tarasa-prohaska-esej-sproba-dekonstruktsiyi
5. Махно В. З голосних і приголосних: енциклопедичний словник імен, міст, птахів, рослин та усякої всячини. Київ: Yakaboo Publishing, 2023. 384 с.
6. Свалова М. Образність та аргументація в публіцистиці М. рябчика як засоби впливу на реципієнтів. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика.* 2014. Вип. 39. С. 311–316.
7. Шебеліст С. Теоретичні аспекти жанру есею. *Слово і час.* 2007. № 11. С. 48–56.

Musii V. B. «LIBRARY» BY VASYL MAKHNO: TO THE QUESTION OF IMAGERY IN THE ESSAY

The purpose of the article is to study the specific features of the essay as a work of a borderline genre nature. To do this, the author focuses on such a category as "imagery" and traces its levels. Namely: 1) the level of those narrative strategies that the author uses to bring his work closer to the reader; 2) the level of those images that he uses to visualize his thoughts and feelings; 3)the level of the author's presence in the text of the work. Due to the fact that the essay is a genre that combines the features of "poetry" and "history" (fact), illustrativeness and declarativeness, the author of the article studies the essay by comparing it with a work of fiction literary – story. Therefore, the object of the article is Vasyl Makhno's essay "The Librarian" as one of the genres of artistic journalism on one side and Oleksandr Zhovna's story "The Old House" as a work of art, from another side. Both works are united by the key role of universal "home" in each. In turn, the concept of "home" is traditionally associates with the concepts "roots of the family (community, nation), "topos of protection and security", "memory". Each of these concepts is actualized in both of the studied works. Mostly direct is the connection between the universals "home" and "memory" in both works. Memory resists destruction, if not material (every building is doomed to be destroyed someday), then mental (a person must constantly be aware of family, national ties and therefore the image of a family building or of building that belonged to the public, is preserved forever, as long as this person lives or it's descendants live). The main method of research was typological, since two works were analyzed and compared – artistic and artistic-journalistic. As a result of the study, the conclusion is argued that the essay mainly differs from a purely artistic text at the level of authorial presence. It is a level on which the tendentiousness and purely journalistic nature of the essay are revealed, because it consists in the author's direct declaration of his understanding of the problems which were raised. In Vasily Makhno's essay "The Librarian" the author not only focuses the recipient's attention on the time-resisting power of memory, but also concludes his work with several theses-thoughts about memory. If in a literary text (as in the story of Alexander Zhovna) the author's concept is expressed indirectly (with the help of artistic images), in the essay the author himself directly conducts a dialogue with the reader on his own behalf.

Key words: *essay, story, image, artistic and journalistic genre, factuality, fiction, author's conception, O. Zhovna, V. Makhno.*

УДК 077(477):316.774
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/36

Пикалюк Р. В.
Центральноукраїнський державний університет імені Володимира Винниченка

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЖУРНАЛІСТИКИ ДАНИХ В УКРАЇНІ В ПЕРІОД ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

Актуальність дослідження зумовлена тим, що журналістика даних разом з іншими напрямами журналістики, що виникають у зв'язку з розвитком нових медіа, набуває здатності задовольняти специфічні інформаційні потреби аудиторії. Такі потреби змінюються залежно від соціальних, політичних та інших процесів в окремих країнах. Особливо гостро інформа ційні потреби постають у кризові періоди: під час війн, протестних рухів тощо. В дослідженні розвитку журналістики даних в окремих країнах цей чинник доцільно розглядати нарівні з технологічим розвитком.

У статті досліджено розвиток журналістики даних в Україні в період повномасштабної війни. Визначено, що за форматами матеріалів журналістика даних у цей період зближується з різними напрямами журналістики (новинною, аналітичною, розслідувальною та ін.) відповідно до запитів аудиторії.

В результаті дослідження виявлено, що розвиток журналістистики даних у воєнний період тісно пов'язаний з особливостями медіаспоживання. З початком повномасштабного вторгнення актуалізується потреба читацької аудиторії в актуальній і об'єктивній інформації. В цей період більшість новинних видань, для яких журналістика даних не є типовою, регулярно публікують зведені офіційні дані про втрати ворога та іншу статистичну інформацію, пов'язану з перебігом воєнних подій.

В подальшому в української аудиторії виникає потреба в збалансованому медіаполі, в якому представлені різні журналістські жанри і формати. Відповідно, журналістика даних у цей період представлено в конвергентних ЗМІ, в яких такі формати передбачені концепцією.

За допомогою матеріалів журналістики даних редакції онлайн-видань реалізують різні стратегії комунікативного впливу: роз'яснюють складні явища воєнного часу, надають інформацію, необхідну для безпеки українців під час війни, створюють емоційно насичений контент, сприяють протидії ворожій пропаганді тощо. Гнучкість, притаманна журналістиці даних, дозволяє виданням обирати жанри і формати, оптимальні для реалізації обраної стратегії і підсилювати комунікативний вплив за допомогою даних. Найчастіше такі матеріали представлені в жанрах аналітичної статті, репортажу, в форматах розслідування або інтерактивного спецпроєкту.

Ключові слова: *журналістика даних, нові медіа, конвергентна редакція, комунікативний вплив, медіаспоживання.*

Постановка проблеми. З розвитком нових медіа журналістика стає все більш орієнтованою на дані. Американський дослідник М. Кодінгтон називає таку тенденцію «кількісним поворотом у журналістиці» [11]. Це виявляється в різних напрямах журналістики: новинній, аналітичній, розслідувальній тощо. Найяскравішим виявом такої тенденції є викремлення журналістики даних як окремого напряму в роботі онлайн-ЗМІ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В дослідженнях науковців поняття «журналістика даних» набуває різного обсягу. Зокрема, М. Кодінгтон визначає її як гібридний формат, що охоплює комп'ютерний аналіз, візуалізацію даних і представлення їх у журналістському матеріалі [11, с. 334]. Дослідник відзначає конвергентну природу журналістики даних і зазначає, що вона може використовуватись у різних напрямах і набувати відповідної форми.

Науковець розмежовує журналістику даних (data journalism) з іншими напрямами, які використовують дані: комп'ютеризованою журналістикою, яка використовує статистичні дані (computer-assisted reporting) і обчислювальнною журналістикою (computational journalism), в якій для збору, аналізу та візуалізації даних використовуються технічні засоби [11, с. 333–335]. Інші дослідники (наприклад, [14], [16] та ін.) розглядають усі три зазначені напрями як різновиди журналістики даних. Підставою для такого узагаль-

нення стає спільна для всіх напрямів методологія роботи з даними, яка передбачає «використання методів статистики і комп'ютерних наук, а також інтерпретацію даних за допомогою традиційних журналістських форматів» [16, с. 3].

Окремий напрям досліджень у цій галузі становлять дослідження, присвячені розвитку журналістики даних в окремих країнах: Великій Британії [12], Канаді [16], Швеції [10], Китаї [15] та ін. В таких дослідженнях науковці роблять акцент на чинниках розвитку журналістики даних у різних країнах: суспільних запитах, інформаційній політиці держав, особливостях медійної системи тощо.

Переважно в такому руслі досліджують журналістику даних і українські науковці. Зокрема, Ю. Бідзіля і Д. Кравець [2] розглядають її в контексті формування політики відкритих даних в Україні. Д. Солодовник визначає тенденції візуалізації даних у зв'язку з розвитком вітчизняних конвергентних медіа [9].

Вважаємо, що врахування зовнішніх чинників доцільне і для досліджень розвитку журналістики даних в конкретний історичний період, зокрема і в період повномасштабної війни в Україні. В українському медіасередовищі журналістика даних наразі не виокремилась в окремий напрям із чітким переліком жанрів і форматів роботи редакцій. Матеріали в цьому напрямі регулярно публікує видання Texty.org.ua, ряд інших видань реалізує спецпроєкти або частково використовує дані в окремих матеріалах відповідно до своєї концепції. За таких умов зовнішні чинники великою мірою визначають, у яких формах дані оприявлюються в журналістських матеріалах і з якою метою.

Постановка завдання. Визначити типові формати журналістики даних в українських онлайн-виданнях у період 2022–2025 рр. і чинники, що мотивують видання до вибору таких форматів. Матеріал дослідження становлять публікації у виданнях Texty.org.ua, «Українська правда», «Радіо Свобода», Liga.net, Forbes, Vox.ua, Укрінформ, УНІАН.

Виклад основного матеріалу. На думку американського дослідника С. Роджерса, головна особливість журналістики даних полягає у використанні даних для того, щоб найкращим чином розповідати історії, поєднуючи журналістські методи (візуалізацію, стисле пояснення) з використанням новітніх комп'ютерних технологій (цит. за [6]). Це дозволяє розмежувати її з іншими напрямами журналістики, які використовують дані (детальніше про це див. [6], [11] та ін). Зокрема, в українській медійній практиці широко використовуються різноманітні форми візуалізації даних. У журналістиці даних вони становлять основу журналістського матеріалу, тоді як у матеріалах інших жанрів і напрямів відіграють допоміжну роль: унаочнюють окрему частину матеріалу, слугують бекграундом новини або аналітичної статті.

В журналістиці даних комп'ютерні технології використовують для збору, перевірки, обробки та візуалізації даних. Це вимагає від журналістів, які працюють у цьому напрямі, специфічних навичок. В багатьох випадках для створення матеріалів у руслі журналістики даних залучають data-аналітиків та інших технічних фахівців.

Зовнішні чинники, що визначають тематику і формати журналістики даних в Україні в період повномасштабної війни впливають на роботу редакцій, у яких ресурси дозволяють створювати матеріали в такому напрямі. Д. Солодовник відзначає високий потенціал конвергентних ЗМІ в роботі з даними, зокрема, в їх візуалізації: «Конвергентні медіа, що об'єднують різні медіаформати в одному ресурсі, потребують нових методів візуалізації, які б полегшували читачам сприйняття складної інформації, а також ураховували кліпову особливість споживання інформації» [9, с. 157–158]. В таких ЗМІ матеріали журналістики даних можуть становити постійну рубрику (Texty.org.ua, «Економічна правда») або виникати з різною періодичністю у зв'язку з необхідністю висвітлити складні теми, відповісти на читацькі запити тощо («Радіо Свобода», Liga.net).

Розвиток журналістики даних у воєнний період значною мірою залежить від тенденцій медіаспоживання в Україні. З 2022 році їх досліджували громадські й медійні організації ([4], [7]), а також окремі науковці ([1], [5]).

Узагальнюючи результати зазначених досліджень, К. Балабанова відзначає: «Українці споживають значно більше новин та інформації, ніж до початку війни, це пов'язано з потребою бути в курсі поточних подій та змін на фронті, а також з прагненням до розуміння контексту війни» [1, с. 34]. Водночас аудиторія потребує об'єктивної й неупередженої інформації: «більшість українців погоджується з тим, що новини повинні висвітлювати факти, навіть якщо вони неприємні (81%), новини мають подаватися неупереджено (76%), важливою є інформація про авторів контенту (70%)» [5, с. 100].

Потребу в актуальній, достовірній інформації, що постійно оновлюється, підтверджує популяр-

ність таких проєктів з візуалізації даних, як Deep State Map (інтерактивна карта бойових дій), Карта повітряних тривог України та ін.

Матеріали, що ґрунтуються на офіційних даних, популярні серед читачів у цей період. Зокрема, з початком повномасштабної війни багато новинних онлайн-ЗМІ щодня публікують матеріали у форматі інфографіки, що відображає втрати ворога. У виданні «Українська правда» вона має вигляд банера, розташованого на головній сторінці сайту. Дані на банері оновлюються щодня. В інших онлайн-ЗМІ («Радіо Свобода», «Укрінформ», «УНІАН» та ін.) така інфографіка регулярно з'являється на сайті як окрема новина.

В 2023 році зберігається інтерес українців до інформації щодо перебігу подій на фронті. Водночас стають актуальними матеріали, в яких журналісти переосмислюють події початку війни, аналізують причини, висвітлюють раніше невідомі факти. У зв'язку з цим набувають актуальності такі традиційні жанри, як репортаж, життєва історія, інтерв'ю тощо. В таких матеріалах з'являються і складні формати представлення даних.

Наприклад, видання Texty.org.ua публікує ряд матеріалів спільно з регіональними ЗМІ (*«Ядерний терор. Як росія взяла в заручники АЕС і енергодарців»* спільно з Запорізьким центром розслідувань, *«Бомби, смерть і збитий льотчик. Три дні бомбардування Чернігова»* спільно з чернігівською газетою «Вість», *«Розстріляна, але жива північна Салтівка»* спільно з харківським виданням «Накипіло» та ін.). Матеріали представлені в жанрі воєнного репортажу і висвітлюють події початку війни. Дані унаочнені за допомогою інтерактивних карт, графіків та інших способів візуалізації.

Тенденції медіаспоживання в Україні змінюються в 2023 році. В цей період виникає запит як на матеріали різної тематики (не лише про воєнні події, а й про українську економіку, культуру, життєві історії українців тощо), так і на різноманіття жанрів і форматів, у яких ці теми б висвітлювались. Інакше кажучи, потреби української аудиторії в цей період полягають у тому, «щоб медіапростір був більш-менш збалансованим та схожим на той, що був до війни» [5, с. 98].

Відповідно до таких читацьких запитів журналістика даних за своїми функціями зближується з аналітичною журналістикою. Таке поєднання стає можливим і завдяки тому, що методологія обох журналістських напрямів взаємно доповнює одна одну. На цьому, зокрема, наголошують фінські дослідники Т. Ускалі й Х. Кууті: «Підхід, який використовує журналістика даних, дозволяє журналістам <…> більш широко бачити закономірності у висвітлюваних темах. Використовуючи методологію журналістики даних, журналісти можуть розкрити зв'язки та причини, що стосуються, здавалось би, не пов'язаних між собою питань, які не можна розкрити, використовуючи лише окремі дані.

Традиційно журналісти шукають певну інформацію в документах і на цій основі пишуть матеріали. Підхід, що ґрунтується на даних, передбачає, що журналісти можуть отримати від державних органів доступ до всього реєстру або бази даних і самостійно їх проаналізувати» [14, с. 78].

В умовах обмеженого доступу до державних реєстрів та баз даних у воєнний період розширюється спектр роботи журналістів з даними: вони не лише аналізують і візуалізують їх, а й проводять збір (часто – з різних джерел), очищення, а також визначають, чи отриманих даних достатньо для об'єктивного аналізу обраної теми.

Аналітичні матеріали, що ґрунтуються на даних, представлені в усіх виданнях, досліджених у рамках цієї роботи. В окремих виданнях з'являються постійні рубрики з матеріалами журналістики даних (*«Weekly Charts»* у виданні «Економічна правда», *«Картина дня»* у виданні Forbes). Матеріали охоплюють широке коло тем відповідно до потреб аудиторії та концепції видань. Насамперед це економіка, політика, постачання озброєння, волонтерський рух, мобілізація та інші теми, що актуалізуються в період війни.

Поєднання методології журналістики даних і аналітичної журналістики дозволяє онлайн-виданням реалізовувати різноманітні стратегії комунікативного впливу. Класифікацію таких стратегій робить О. Гондюл [3], узагальнюючи результати вітчизняних і зарубіжних досліджень. Науковиця виділяє такі стратегії комунікативного впливу: інформаційну, емоційно-оцінну, розважальну, когнітивно-оцінну, інтерактивну, досвідно-орієнтовану і трансформаціну [3, с. 210].

Онлайн-видання використовують різні стратегії впливу, реагуючи на інформаційні потреби аудиторії. З початку повномасштабної війни в матеріалах журналістики даних реалізується переважно інформативна стратегія. Візуалізовані дані унаочнюють розповіді про перебіг воєнних дій, види озброєння тощо. Таку стратегію реалізують, наприклад, матеріали видання Texty.org.ua *«Повітряні війни»*, *«Безпілотні літальні апарати захопили небо»*, *«ОРДА. Структура російської армії та підрозділи, залучені в Україні»* тощо.

Інформативну стратегію ЗМІ реалізують і через інтерактивні проєкти, в яких інформація подається виключно засобами візуалізації, без використання традиційних журналістських жанрів. Типовою формою візуалізації в таких випадках є карти, які постійно оновлюються і доповнюються новою інформацією. Наприклад, у проєкті Texty.org.ua *«Карта бойових дій»* систематизовані дані з офіційних джерел про бойові дії та обстріли українських населених пунктів. У проєкті видання «Радіо Свобода» *«Мапа військових об'єктів Криму»* зібрані дані про об'єкти російської армії, розташовані в Криму.

Окрім власне інформування, за допомогою даних ЗМІ також пояснюють явища, необхідні для безпеки читачів під час війни. Таким чином вони реалізують досвідно-орієнтовну стратегію комунікативного впливу, яка полягає у «створенні емоційно насиченого досвіду, де головна мета – викликати сильні емоційні враження на особистісному рівні, що підвищують залученість і запам'ятовування матеріалу» [3, с. 210]. При цьому дані використовуються не лише для інформування, а й для висвітлення контексту подій, емоційного занурення читача. Це дозволяє впливати на поведінку читачів, сприяє кращому запам'ятовуванню фактів, зображених у матеріалах. Це відбувається, зокрема, завдяки складним форматам візуалізації даних: графічним моделям, інтерактивній інфографіці тощо.

Такі матеріали, зокрема, публікує видання Texty.org.ua. у зв'язку з актуальними подіями в Україні. Наприклад, у серпні 2022 року вийшов матеріал *«Як російські удари руйнують багатоповерхівки. Вісім прикладів з коментарями інженера-конструктора»*. Він пояснює, як відбувається руйнування різних типів будинків під час обстрілів чи пожеж. Матеріал спрямований не лише на те, щоб пояснити читачам характер руйнувань, а й обґрунтувати за допомогою даних правила безпеки під час ракетних обстрілів.

Контекстуалізація матеріалу за допомогою даних – характерна ознака т. зв. «роз'яснювальної журналістики» (див. про це [8]). Визначальні риси такого напряму – «введення історії в контекст, проста мова і візуалізація складних даних. Роз'яснювальна журналістика пропонує повільніший, але ретельніший підхід до розкриття порядку денного. Пояснювальні тексти розповідають про події, використовуючи бекґраунд, статистичні дані, відеоролики та репортажні фото. Все, щоб читач міг побачити ситуацію в цілому і зрозуміти її» [8].

Запит на такі матеріали роз'яснювальної журналістики виникає в аудиторії у зв'язку з появою у воєнний період складних суспільних явищ, які потребують експертного пояснення та ілюстрації за допомогою візуалізованих даних. Приклад матеріалів, створених у такому напрямі – рубрика «Weekly Charts» у виданні «Економічна правда». Матеріали публікуються щотижня і розкривають різні аспекти економіки України під час війни: стан ВВП (*«Війна знищила третину ВВП України. Як зараз виглядає економіка»*), зерновий ринок (*«Як росія краде українські зернові ринки»),* ринок праці *(«Зсув ринку праці. Де в Україні шукати роботу»*), державні закупівлі для Збройних сил України (*«Почому харчі для військових»*). Єдність тематики дозволяє сприймати всі матеріали рубрики як продовжуваний матеріал.

У воєнний період активно розвиваються журналістські проєкти, спрямовані на викриття ворожої пропаганди, деанонімізацію загарбників, викриття корупційних схем тощо. Їх реалізують як громадські журналісти (наприклад, OSINT-спільности Molfar, InfoNapalm, Ukraine@War та ін.), так і офіційні медіа. В таких матеріалах реалізується когнітивно-оцінна стратегія комунікативного впливу, спрямована на «стимулювання критичного мислення, фокус на аналітиці й проблематизації» [3, с. 210].

Журналістські матеріали в цьому напрямі представлені в різних жанрах і форматах. Для реалізації когнітивно-оцінної стратегії комунікативного впливу типовим є жанр аналітичної статті, який дозволяє журналістам показувати взаємозв'язок між явищами, пояснювати їх причини, робити прогнози. В жанрі аналітичної статті в такому руслі зазвичай висвітлюються теми, пов'язані з корупцією, економічними злочинами тощо (наприклад, у матеріалах видання «Економічна правда»: *«Чи стали під час війни краще боротися з корупцією», «Безкарність та вседозволеність. Чому піймани на корупції працівників МСЕК не садять за ґрати», «Сіра земля. Який відсоток ринку перебуває у тіні»* та ін.). Крім цього, журналісти можуть подавати лише результати аналізу даних у форматі новин (як, наприклад, у матеріалі *«Росіяни створюють нові пропагандистські осередки на ТОТ»* у виданні «Українська правда»).

Як окремий напрям журналістики даних Т. Ускалі й Х. Кууті виділяють «розслідувальну журналістику даних» (investigative data journalism). Серед характерних рис цього напряму дослідники, зокрема, визначають такі: 1) тема і фокус матеріалу визначають, які конкретно дані

потрібно зібрати для нього; 2) важливе значення для розслідувань мають неофіційні та конфіденційні дані, які часто потрапляють до журналістів у результаті зливу інформації; 3) журналісти збирають дані з різних джерел, щоб сформувати загальну картину або закономірності досліджуваного явища; 4) журналісти повинні перевіряти всі дані, оскільки одному джерелу довіряти не можна; 5) матеріали, створені в цьому напрямі, ґрунтуються на отриманих даних і на їх інтерпретації журналістами [14].

Дослідники зазначають, що цей напрям базується на принципах традиційної розслідувальної журналістики. Розслідування на основі даних, з одного боку, з'являються у відповідь на читацькі запити у воєнний період, з другого – актуалізують важливі теми воєнного часу, такі як державна політика в різних галузях в умовах війни, оборонні закупівлі тощо.

Робота над розслідуваннями більш складна, ніж над матеріалами інших жанрів. Зазвичай розслідування проводять окремі відділи редакцій, тому у воєнний період такі матеріали з'являються в онлайн-ЗМІ, які мають достатні ресурси для проведення розслідувань і роботи з даними. Зокрема, розслідування на основі публікує видання «Радіо Свобода» (наприклад, *«Родина "слуги народу", яка постачала армії куртки втридорога, скупила майно в Дубаї на мільйон доларів», «25 років тому Україна віддала Росії бомбардувальники. Тепер вони – у бойовому складі армії РФ»* та ін.).

Висновки. Журналістика даних в Україні наразі не сформована як окремий напрям. Сьогодні він переважно представлений у роботі конвергентних редакцій. Вони створюють на основі даних матеріали різних жанрів і форматів: репортажі, аналітичні статті, розслідування, спецпроєкти, що ґрунтуються на візуалізації даних тощо. Вибір теми для журналістського матеріалу визначають насамперед читацькі запити, тоді як формат, у якому ці теми висвітлюються – від стратегії комунікативного впливу, яку обирає онлайн-ЗМІ.

З початком повномасштабного вторгнення актуалізується потреба читацької аудиторії в актуальній і об'єктивній інформації. В цей період більшість новинних видань, для яких журналістика даних не є типовою, регулярно публікують зведені офіційні дані про втрати ворога та іншу статистичну інформацію, пов'язану з перебігом воєнних подій.

В подальшому в української аудиторії виникає потреба в збалансованому медіаполі, в якому представлені різні журналістські жанри і формати. Відповідно, журналістика даних у цей період представлено в конвергентних ЗМІ, в яких такі формати передбачені концепцією.

За допомогою матеріалів журналістики даних редакції онлайн-видань реалізують різні стратегії комунікативного впливу: роз'яснюють складні явища воєнного часу, надають інформацію, необхідну для безпеки українців під час війни, створюють емоційно насичений контент, сприяють протидії ворожій пропаганді тощо. Гнучкість, притаманна журналістиці даних, дозволяє виданням обирати жанри і формати, оптимальні для реалізації обраної стратегії і підсилювати комунікативний вплив за допомогою даних.

В період повномасштабної війни зовнішні чинники як сприяють розвитку журналістики даних в Україні, так і обмежують його. Зокрема, тимчасове закриття публічних реєстрів і баз даних, а також низький рівень фінансування проєктів у цьому напрямі знижують кількість матеріалів, що ґрунтуються на даних. Дослідження зовнішніх і внутрішніх чинників розвитку журналістики даних в Україні становить перспективи подальших досліджень у цьому напрямі.

Список літератури:

1. Балабанова К. Аналіз тенденцій медіаспоживання в Україні за 2022–2024 роки. *Інтегровані комунікації.* 2024. № 1(17), С. 32–36.

2. Бідзіля Ю., Кравець Д. Розвиток відкритих даних як нові перспективи й можливості для сучасної української журналістики. *Збірник наукових праць Науково-дослідного інституту пресознавства.* 2019. № 9 (27), С. 232–245. DOI: 10.37222/2524-0331-2019-9(27)-13.

3. Гондюл О. Ефективність стратегій комунікативного впливу через використання гейміфікації у медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.* 2024, Т. 35 (74). № 5. Ч. 2, С. 207–217. DOI: https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.5.2/32

4. Де українці читають новини: зміни у медіаспоживанні. *Gradus Research Company.* URL: https://gradus.app/uk/open-reports/gradus-research-changes-in-media-consumption-ua/ (дата звернення: 23.02.2025).

5. Зражевська Н. Медіаспоживання в Україні під час війни. *Україна в умовах російської агресії: виклики та відповіді : монографія.* Харків. Право, 2024, 186 с. DOI: https://doi.org/9786178518240.

6. Ліченко А. Варіативність тлумачення терміна «Журналістика даних» у сучасних медіадослідженнях. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації.* 2020. Т. 31 (70). № 2. Ч. 4, С. 137–143.

7. Медіаспоживання українців: другий рік повномасштабної війни. Опитування ОПОРИ. URL: https://www.oporaua.org/polit_ad/mediaspozhivannia-ukrayintsiv-drugii-rik-povnomasshtabnoyi-viini-24796 (дата звернення: 23.02.2025).

8. Мячіна К. Вікіпедія для тривалих історій: навіщо нам роз'яснювальна журналістика. *MediaLab.* URL: https://medialab.online/news/vikipediya-dlya-try-valy-h-istorij-navishho-nam-roz-yasnyuval-na-zhurnalisty-ka/ (дата звернення: 23.02.2025).

9. Солодовник Д. Візуалізація даних у новітніх конвергентних медіа України. *Синопсис: текст, контекст, медіа*. 2023, 29 (2), С. 157–165. DOI: https://doi.org/10.28925/2311-259x.2023.2.13

10. Appelgren E., Nygren G. Data Journalism in Sweden. *Digital Journalism.* 2014. № 3, P. 394–405. DOI: 10.1080/21670811.2014.884344

11. Coddington M. Clarifying Journalism's Quantitative Turn. *Digital Journalism.* 2015. № 3, P. 331–348. DOI: 10.1080/21670811.2014.976400

12. Kalender A. The Datafication of Newsrooms: A Study on Data Journalism Practices in a British Newspaper. *Journalism and Media.* № 5, P. 48–64. DOI: https://doi.org/10.3390/journalmedia5010004/

13. Stalph F. Classifying Data Journalism. *Journalism Practice.* 2017, P. 1–19. DOI: 10.1080/17512786.2017.1386583

14. Uskali T., Kuutti H. Models and streams of data journalism. *The Journal of Media Innovations.* 2015, 2.1, P. 77–88.

15. Wright S., Nolan D. The Development of Data Journalism in China: Influences, Motivations and Practice. *Digital Journalism*. 2021, P. 1–18. DOI: 10.1080/21670811.2021.1927779

16. Young M., Hermida A., Fulda J. What Makes for Great Data Journalism? *Journalism Practice*. 2017. P. 1–21. DOI: 10.1080/17512786.2016.1270171

Pykaliuk R. V. TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF DATA JOURNALISM IN UKRAINE DURING THE FULL-SCALE WAR

The relevance of the study is due to the fact that data journalism, along with other areas of journalism that emerge in connection with the development of new media, is gaining the ability to meet the specific information needs of the audience. These needs change depending on social, political and other processes in individual countries. Information needs are especially acute in times of crisis: during wars, protest movements, etc. When studying the development of data journalism in individual countries, this factor should be considered along with technological development.

The article analyzes the development of data journalism in Ukraine during a full-scale war. It is determined that in terms of material formats, data journalism in this period is converging with various areas of journalism (news, analytical, investigative, etc.) in accordance with the needs of the audience.

The study found that the development of data journalism in wartime is closely related to the peculiarities of media consumption. With the onset of a full-scale invasion, the readership's need for up-to-date and objective information becomes more urgent. During this period, most news outlets for which data journalism is not typical regularly publish summarized official data on enemy casualties and other statistical information related to the course of military events.

Later on, the Ukrainian audience needs a balanced media field that presents different journalistic genres and formats. Accordingly, data journalism in this period is represented in convergent media, in which such formats are provided for by the concept.

With the help of data journalism materials, online editors implement various strategies of communicative influence: explain complex wartime phenomena, provide information necessary for the safety of Ukrainians during the war, create emotionally charged content, help counteract enemy propaganda, etc. The flexibility inherent in data journalism allows publications to choose genres and formats that are optimal for implementing their strategy and strengthening their communication impact with the help of data. Most often, such materials are presented in the genres of analytical articles, reports, investigative formats, or interactive special projects.

Key words: *data journalism, new media, convergent editorial, communicative impact, media consumption.*

ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

UDC 007:304:659.3
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/37

Baliun O. O.
National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

Fysun D. M.
National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

Fisenko T. V.
National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

ANIMAL IMAGERY AS AN ELEMENT OF CONSTRUCTIVE PROPAGANDA IN THE CONTEXT OF RUSSIA'S WAR AGAINST UKRAINE

This article explores the use of animal imagery in Ukraine's wartime propaganda. Based on media monitoring, over twenty animal images were analyzed. The study identifies and systematizes two main groups of animals frequently mentioned in the media that have acquired propagandistic significance: dogs and cats. Two analyzed animal images stand out as the most well-known: Patron the dog and Stepan the cat. The research confirms the significant impact of these images on shaping public opinion and attitudes toward current events.

The military, politicians, media, and social media users actively support disseminating information about these animals. Such content helps improve the public's psycho-emotional state and strengthens belief in Ukraine's victory, as even four-legged companions stand on its side.

The study highlights both commonalities and differences in the public influence of Patron and Stepan. Shared characteristics include their embodiment of patriotism, role as mascots, active engagement with the public, contribution to charity and important social causes, and widespread popularity on social media. Distinct differences include their species, roles, and functions. Patron the dog is primarily associated with protection, safety, and patriotism, reflecting his role in Ukraine's State Emergency Service. Stepan the cat, in contrast, is known for his charitable efforts, supporting the army and animals affected by the war.

Both figures evoke positive associations but differ in their origins, functions, and methods of public engagement. Additionally, the article analyzes Stepan the cat's reputation management based on key factors such as media interaction, partnership development, public loyalty, internal image formation, social responsibility, government relations, and international influence.

Key words: *influence, image, military propaganda, Stepan the cat, propaganda, Patron the dog, animal imagery in propaganda.*

Problem Statement. Throughout history, propaganda has evolved depending on the tools available at different periods. As propaganda developed, specialized methods and techniques were introduced to enhance effectiveness. The strategies used are carefully selected based on the audience's level of awareness, preferences, and societal development to achieve the desired impact on recipients.

Constructive propaganda plays a crucial role in shaping positive images of Ukraine and its military and showcasing the humanity of Ukrainian defenders. This type of propaganda is significant for younger audiences, including children and teenagers, as it fosters patriotism and cultivates critical thinking skills.

Animal imagery has long been utilized in propaganda and military affairs due to the strong connection between humans and animals. In ancient times,

horses were considered the best companions of warriors and rulers, playing key roles in significant battles and acting as loyal partners. In the 20th century, during the World Wars, dogs gained popularity as companions and valuable assistants in military operations. Beyond the battlefield, dogs traditionally symbolize comfort, providing emotional relief and practical support in everyday life.

At the same time, animal imagery can be used as a tool for manipulation, particularly in spreading propaganda messages. It is important to note that animal symbols are formed and utilized situationally in Ukrainian propaganda. Therefore, examining the role of animals in propaganda campaigns—especially within the context of the Russia-Ukraine war—is a relevant and timely area of study.

Analysis of recent studies and publications. In the context of Russia's aggressive information policy – not only against Ukraine but also against globally accepted legal and moral norms – the study of propaganda remains highly relevant for Ukrainian and international researchers. Between 2024 and early 2025, a Google Scholar search for the phrase "war propaganda" yielded 2,970 scientific publications.

Researchers outline the structure of propaganda technology based on three key pillars: technological knowledge, methods, and specific actions tailored to particular factors and available resources [1–3]. Various studies explore definitions of concepts such as "war propaganda," "propaganda of war," "information war," "information-psychological warfare," and "information/psychological operations" [2; 4–6]. However, there is a noticeable lack of systematic research on animal imagery in propaganda campaigns, particularly in the Russia-Ukraine war.

The purpose of the article is to determine the role and significance of animal imagery in Ukrainian propaganda during the Russia-Ukraine war.

The results and discussion. The global information space is increasingly influenced by the popularity of cute and charming animals, primarily dogs and cats. This trend, which originated on social media, has extended into major media outlets, boosting engagement and serving as an additional tool for media influence. Animals frequently become PR elements for politicians, brands, libraries, and educational institutions. For instance, in the United Kingdom, the official Chief Mouser resides at 10 Downing Street [7], while in the United States, the First Dog traditionally lives in the White House [8]. Similarly, in Ukraine, the National Technical University of Ukraine, "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute," is home to a well-known cat named Maria Zakharivna [9].

Many military units have animal mascots, such as cats, dogs, wolves, owls, and even parrots, which provide psychological comfort to soldiers [10]. Our monitoring of media and social networks has identified an increasing trend in patriotic animal imagery. Some of the most well-known animals in Ukrainian military-related propaganda include:

Dogs: Patron, Kira, Max, Nicole, Krasavchik, Bayraktar, Gabriella, Vesta, Rambo. Cats: Stepan, Shaiba, Patron, Günther, Max, Chivas. Other animals: A lemur and a Tibetan yak named Bayraktar.

Despite the diversity of animal mascots, dogs and cats remain the dominant symbols. Therefore, this study analyzes the roles and impacts of these two groups.

Dogs play a crucial role in wartime efforts, participating in search and rescue operations and assisting in explosives detection. The most famous dog in Ukrainian media is Patron, a Jack Russell Terrier who has become a central figure in educational and propaganda initiatives. Patron has official social media accounts (Instagram, TikTok, YouTube, and an X/Twitter page) and actively engages in volunteer work.

According to the Ukrainian newspaper "Vechirniy Kyiv", sales of postal stamps featuring Patron raised 1.5 million UAH in 2023. These funds were donated to Kyiv's animal shelters, rehabilitation centers, and surrounding areas. The symbolic role of Patron has been examined in detail in Volume 36 (75), No. 1, 2025, of Scientific Notes of V. I. Vernadsky Tavria National University. Series: Philology. Journalism.

Next, though less media-exposed, is the shepherd dog Kira, a full-fledged member of the "K-9" unit of the Special Operations Center "A" of the Security Service of Ukraine. Her work is reported to the public by the SBU press center. Like the dog Patron, she specializes in detecting and neutralizing mines and explosive devices [11].

A Belgian shepherd service dog named Max is in the National Guard of Ukraine ranks. He was quickly trained to follow commands in Ukrainian and is already assisting at one of the military checkpoints [12].

During the initial period of full-scale aggression, when Ukrainian citizens sought safety by evacuating from dangerous areas – often using railway transport provided by the public joint-stock company "Ukrzaliznytsia" – all employees of this organization demonstrated intense productivity around the clock. A small four-legged train conductor named Nicole played an essential role in this process, assisting railway workers by maintaining order and providing emotional support to passengers [13].

A Ukrainian soldier with the call sign "Beskid" brought his pet dog with him to the front line. The dog now helps during missions and comforts the soldier and his comrades. In an interview with the media, the soldier stated that his dog once saved his life by urging him to enter a trench, sensing imminent danger [14].

Canine therapy, or rehabilitation involving dogs, has not been a primary focus of Ukraine's police force. However, the impact of the war with Russia has significantly changed the situation. At the beginning of the war, police officers and the service dog Bayraktar entertained children at the Kyiv railway station as they awaited evacuation trains. While the police previously used Bayraktar for criminal search operations, he now has another equally important mission – helping to maintain the psychological well-being of the population. This has become one of the state's top priorities, directly affecting national stability and defense capability [15].

Additionally, at the beginning of the war, a Rottweiler named Gabriella assisted the military at a checkpoint at the entrance to Kyiv. She detected saboteurs, explosives, and weapons. Thanks to their unique instincts, animals, particularly dogs, play a crucial role in law enforcement operations [16].

The Rivne branch of the National Police has two German Shepherds assigned to search for enemy munitions at checkpoints [17]. The press service of the Main Intelligence Directorate of the Ministry of Defense also introduced the service dog Vesta to the public. Vesta is a specialist in detecting mines and explosive devices during search operations. She has helped save the lives of Ukrainian service members in numerous instances [18].

The dog Rambo is another example of an animal image used in propaganda and widely spread in the media. He serves in a canine unit, part of a crime prevention program, to educate young people to be more tolerant and respectful of each other's differences [19].

The above examples of using dogs as symbols are crucial elements of positive propaganda among the Ukrainian population. Various news stories about each animal's history in the media and social networks often inspire audiences, foster patriotic sentiment toward the homeland, and improve emotional well-being.

In this context, it is worth noting that the widespread public attention to the image of Patron has led to a particular cult of the dog in society. This cult emerged organically and solely through public support rather than as a result of a pre-planned information campaign promoting the animal. This indicates that society needs such a hero.

Beyond dogs, which are actively used in propaganda campaigns, the image of cats has also gained prominence. One such example is the cat Shaiba, who has become well-known among Ukrainians. His owner, Ukrainian serviceman Oleksandr Liashuk, considers Shaiba a mascot providing moral support on the front lines and in socially beneficial initiatives. One such initiative was a charity training session for a fundraising run in Kyiv, where participants donated to support air defense. Both Liashuk and Shaiba took an active part in this training. In September 2023, Shaiba was awarded volunteer recognition for contributing to raising 1 million hryvnias for purchasing armored vehicles and drones for the Ukrainian military. Shaiba also maintains his popularity through social media, and his owner has bought him several sets of military gear and an embroidered shirt (vyshyvanka) [20]. This cat's image is another example of positive propaganda that fosters patriotism while serving as counter-propaganda that unites the nation in a shared struggle against the threat.

The police force in Kherson has also adopted a cat named Patron. He received this name because he wears a cartridge around his neck, meant to be used against the last remaining Russian occupier. The cat serves as a mascot for law enforcement officers, improving their emotional state while on duty [21]. The image of Patron the cat symbolizes resilience and hope for victory, contributing to the well-being of service members.

The State Emergency Service of Ukraine (SES) has also integrated rescue dogs and cats into its ranks. For example, the cat Chivas became part of a rescue team as a kitten, thanks to the head of special rescue operations. Over time, Chivas was issued a uniform and given a rank for major. Another cat, Osia, was rescued from Northern Saltivka in Kharkiv and has now found a home among the Kharkiv police force. He has his designated space, maintaining positive morale among law enforcement officers [22].

Günther and Chivas are figures who inspire and entertain the public. They serve as symbols for their owners and embody resilience and heroism in propaganda images.

One of the most popular animals among Ukrainians is the cat blogger Stepan. Social media pages, including Instagram and TikTok, are run on behalf of the cat, attracting millions of followers. He gained fame due to his unique character and expressive face. Jokes and memes featuring him have spread worldwide. His image even appeared on Time magazine

cover [23], and American pop star Britney Spears posted about him on her Instagram. He has also participated in advertisements for brands such as Valentino, Crocs, and Puma.

Stepan's owners have successfully leveraged his popularity to support the Ukrainian army by organizing charity fundraisers. For example, funds collected in Stepan's name have been directed to support the Azov brigade [24]. Additionally, a fundraiser was organized in his name to help animals affected by the war. Within four days, his social media followers contributed $10,000 (as of March 28, 2022). On April 9, 2022, the Ukrainian cat was nominated for the "Oscars" of the blogging world. On May 18, 2022, Stepan from Kharkiv received the Influencers and Bloggers Award in Cannes, and the proceeds from the tickets to the award ceremony were donated to support Ukraine. By June 20, Stepan's Instagram page announced the successful completion of a fundraiser for animals, raising €15,000. The cat also became an ambassador for the Ministry of Culture and Information Policy's project "Preserve Ukrainian Culture" [25].

Like Patron the dog, Stepan has become a symbol of patriotism. News about him influences international perceptions of Ukraine and unites Ukrainians in their desire to support the army and financially defeat the aggressor state.

Since the image of Stepan the cat is nearly as popular as that of Patron the dog, we have also conducted a factor analysis of his reputational activities (Table 1). The factor analysis of Patron the dog is described in Volume 36 (75), No. 1, 2025, of the Scientific Notes of V. I. Vernadsky Tavriya National University. Series: Philology. Journalism.

Thus, Stepan the cat is a philanthropist who supports the military and injured animals and participates in fundraising and social events. Like Patron the dog, his image is unique and evokes positive associations, but they differ in their origins, functions, and methods of interaction with society.

In addition to Stepan, other cat figures are gaining popularity in Ukrainian propaganda. For example, the head of the Ukrainian Military Intelligence (HUR) Kyrylo Budanov had a service cat named Gunther, whom he called a "true combat cat," describing him as "strategic, he even survived a missile strike" and "knows more state secrets than anyone in the country" [26].

Among the unusual animals helping the Ukrainian nation in its mental fight against the occupiers are a lemur born in March 2022 and a Tibetan yak named after the Turkish-made military drone Bayraktar. This

Table 1

Factor Analysis of the Reputational Activities of Stepan the Cat

Factors Influencing Reputation	Stepan the Cat
Media Engagement	Interviews and collaborations with journalists, regular publication of unique content on his official social media pages, partnerships with brands, organization of charity fundraisers, participation in TV programs, online streaming events, etc.
Building Relationships with Partners	Cooperation with advertisers (using Stepan's image for brands or promotional goods/services, including Valentino), communication with partners for organizing charity fundraisers (for the military and animals affected by war), participation in celebrity projects, joint photoshoots, and events.
Developing Consumer Loyalty	Strengthening Stepan's identity and brand; active presence on social media; collaborations with brands; participation in international events; building a loyal community around the cat; fostering emotional engagement with followers through social media interactions.
Creating an Internal Image	Personality (calming, entertaining image); values and beliefs (support for animals, patriotism, positivity, as conveyed through social media and media presence); role in the community (lifting spirits, entertaining, promoting, supporting, and initiating charity fundraisers); audience engagement (friendly and active communication); unique character traits (steadfast facial expression); collaborations with both international and local partners.
Social Responsibility	Participates in charitable initiatives and humanitarian projects, raising funds to support Ukrainian soldiers; strengthens national spirit by symbolizing unity among citizens; entertains the public with positive content.
Maintaining Relations with the State	Ambassador for the strategic communications project *"Preserve Ukrainian Culture"*.
Impact on the International Community	Draws attention to the needs of Ukrainian soldiers, civilians, and animals; serves as a symbol of resilience in the context of the Russia-Ukraine war.

Source: Authors' computation

weapon helps our army destroy enemy equipment at the front [27]. Thus, the images of these two animals reflect the unbreakable spirit of the Ukrainian nation and their remarkable struggle and promote patriotism in society.

In conclusion, we summarize the information about the animal figures that gained widespread recognition during the Russia-Ukraine war. In Ukrainian propaganda, there is a growing trend of using animal images for informational, educational, moral, and economic purposes.

Conclusions and suggestions. Propaganda using the image of Stepan the cat fulfills the following functions: informational and financial. The informational function partially covers events in Ukraine related to the war. In contrast, the economic function promotes and spreads information about charity fundraisers, such as those initiated on behalf of Stepan, and those spread through Stepan's official social media pages. The image of Shyba the cat fulfills a financial function: the cat's owner and the animal participate in charity campaigns and fundraising to support the Armed Forces of Ukraine.

The other animal images, such as the shepherd dog Kira, dog Max, dog Nicole, dog Handsome, dog Bayraktar, dog Gabriella, dog Vesta, dog Rambo, cat Shyba, cat Patron, cat Gunther, cat Max, cat Chivas, the lemur, and Tibetan yak named Bayraktar, used in propaganda, fulfill informational and educational functions. Firstly, information about their involvement with military formations, specific branches of the Armed Forces of Ukraine (Territorial Defense), and state law enforcement and intelligence agencies, which is spread in the media, informs the public about the use of animals for national defense (dogs) and for boosting the morale of the military (partly dogs and cats). Secondly, the educational function of using these animal images is cultivating patriotic sentiments in society. Since most people are positively inclined towards animals and have developed emotional connections with them, their involvement in military affairs or charity generates thoughts like: "Even animals are defending Ukraine" or "Even animals are on the front line," which strongly correlates with the propaganda posters used during World War I and World War II.

Therefore, the positive perception and public support for animal images in propaganda have gained widespread local and international popularity and strengthened Ukraine's global image. Furthermore, society's successful reception of these images has laid the foundation for incorporating them into education and patriotic upbringing for the younger and older generations.

Bibliography:

1. Lasswell H. D. Propaganda technique in the world war. *HathiTrust.*1927. P. 233 URL: https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=mdp.39015000379902&seq=1 (date of reference: 17.02.2025).

2. Akaiomova A. Modern propaganda technologies in political communication on the eve of the 2012 parliamentary elections in Ukraine. *Gilea: scientific bulletin.* 2013. Vol. 75. P. 530–532. URL: https://surl.li/kkgzml (date of reference: 17.02.2025).

3. Perga T., Shevchuk T. The Influence of the War Propaganda on the British Society During the World War I. History pages. 2016. Vol. 43. P. 59–66. URL: https://surl.li/teaakj (date of reference: 17.02.2025).

4. Koruts У. The concept of war propaganda: historical and legal aspect. *The South Ukrainian Law Journal.* Vol. 4-2019. Part.1 P. 118–121. DOI https://doi.org/10.32850/sulj.2019.4.1.26 (date of reference: 17.02.2025).

5. Vorobiova I. Information and psychological weapons as an independent means of conducting information and psychological warfareійни. *Scientific and technical journal. Systems of Arms and Military Equipment*. 2010. Vol. 1. P. 141–144. URL: https://surl.gd/xytyhl date of reference: 17.02.2025).

6. Hryhoriev V/ Technologies of modern information and psychological warfare. *Information Security of the Person, Society and State.* 2015 Vol. № 2 (18). URL: https://surl.li/rtwhox (date of reference: 17.02.2025).

7. Kuzmenko Y. 17-year-old cat Larry from Downing Street residence will live with the cat of the new British Prime Minister. S*uspilne. Media*. URL: https://suspilne.media/784953-17-ricnij-kit-larri-zitime-z-kiskou-novogo-premera-britanii/ (date of reference: 17.02.2025).

8. Moiseieva M. Pets in the White House: interesting facts about the pets of US presidents. *Voice of America*. URL: https://www.holosameryky.com/a/tvaryny-i-bilomu-domi/5752253.html (date of reference: 17.02.2025).

9. Official profile of KPI cat Mariya Zakharivna. *Instagram. kpi_cat*. URL: https://www.instagram.com/kpi_cat/ (date of reference: 17.02.2025).

10. Slobodeniuk O. Fighting with us: soldiers of the 30th brigade from Zhytomyr region showed their front-line animals. S*uspilne. Media*. URL: https://suspilne.media/zhytomyr/283234-vouut-razom-z-nami-voini-30-brigadi-z-zitomirsini-pokazali-svoih-frontovih-tvarin/ (date of reference: 17.02.2025).

11. Hranatova K. У A valuable fighter – the shepherd dog Kira – will serve in the SBU Special Operations Center. *Chas.News.* URL: https://surl.li/ncyivo (date of reference: 17.02.2025).

12. Hranatova K. Serving at a checkpoint and looking for saboteurs. How Max, the dog abandoned by the occupiers in Ukraine, lives. *Chas.News.* URL:https://surl.li/csxgyb (date of reference: 17.02.2025).

13. Barsukova O. Shaggy conductor: how dog Nicole helps Ukrzaliznytsia evacuate people. *Ukrainska pravda. URL:* https://life.pravda.com.ua/society/2022/05/18/248688/ (date of reference: 17.02.2025).

14. Barsukova O. "They call him the big cat": how Labrador Handsome helps soldiers on the front lines. *Ukrainska pravda. URL:* https://life.pravda.com.ua/society/2022/04/20/248333/ (date of reference: 17.02.2025).

15. Barsukova O. How police dogs comfort children in Kyiv during the war. *URL:* https://life.pravda.com.ua/society/2022/03/14/247806/ (date of reference: 17.02.2025).

16. Barsukova O. "He won't let us bring weapons in": how Rottweiler Gabriella protects Kyiv from saboteurs. *Ukrainska pravda. URL:* https://life.pravda.com.ua/society/2022/05/5/248531/ (date of reference: 17.02.2025).

17. Barsukova O. Four-legged police officers: how dogs Warrior and Torin help search for explosives. *Ukrainska pravda. URL:* https://life.pravda.com.ua/society/2022/04/28/248443/ (date of reference: 17.02.2025).

18.Krechetova D. Looking for "gifts" from the occupiers: furry intelligence officer Vesta serves in the Ministry of Defense. *Ukrainska pravda. URL:* https://life.pravda.com.ua/society/2022/05/29/248859/ (date of reference: 17.02.2025).

19. Spike J. Rambo, the injured Ukrainian war dog, gets a new start with Hungarian police. *Live Now Fox.* URL:https://surl.li/faittq (date of reference: 17.02.2025).

20. Fiialkovych V. After Patron the dog, the front-line Shaiba the cat received a medal. *Високий Замок.* URL: https://surl.li/urbppc (date of reference: 17.02.2025).

21. Kozova L. «He brings the cartridges»: Patron the cat serves with the police in the Kherson region. *UNIAN*. URL: https://surl.li/chwwwa(date of reference: 17.02.2025).

22. Barsukova O. Rescued Osya the cat from Kharkiv settled with police officers. *Ukrainska pravda.* URL*:* https://life.pravda.com.ua/society/2022/06/2/248917/ (date of reference: 17.02.2025).

23. Osadcha Ya. Stepan the cat made it to the cover of TimesMonaco magazine. *Ukrainska pravda.* URL: https://life.pravda.com.ua/society/2023/01/20/252446/ (date of reference: 17.02.2025).

24. Stepan the cat. *Instagram офіційна сторінка*. https://surl.li/wcatsg (date of reference: 17.02.2025).

25. Shevchenko V. Influencers "Cats and Dogs" help Ukrainians survive the war. *BBC*. URL: https://www.bbc.com/news/world-europe-66509999 (date of reference: 17.02.2025).

26. Poia A. He knows the most secrets: Budanov showed the "fighting" cat Gunther. *Ukrainska pravda.* URL: https://life.pravda.com.ua/society/2023/02/26/253082/ (date of reference: 17.02.2025).

27. Barsukova O. Little Bayraktars: newborn lemur and Tibetan yak cubs in Ukraine named after drone. *Ukrainska pravda.* URL: https://life.pravda.com.ua/society/2022/03/5/247678/ (date of reference: 17.02.2025).

Балюн О. О., Фисун Д. М., Фісенко Т. В. ОБРАЗИ ТВАРИН ЯК ЕЛЕМЕНТ КОНСТРУКТИВНОЇ ПРОПАГАНДИ В УМОВАХ ВІЙНИ РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ

Стаття присвячена дослідженню образів тварин у військовій пропаганді України. На основі проведеного моніторингу медіа проаналізовано більше 20 образів тварин. У статті виокремлено та систематизовано дві основні групи тварин, які найчастіше згадаються в медіа та набули пропагандистського значення. Це групи собак та котів. З'ясовано, що серед усіх досліджуваних образів тварин є два найбільш відомих образа, а саме образи пса Патрона та кота Степана. Дослідження підтвердило факт значного впливу цих образів на формування думок та ставлень до подій серед різних груп громадськості. З'ясовано, що поширенню інформації про цих тварин сприяють військові, політики, медіа, користувачі соцмереж. Така інформація сприяє покращенню психоемоційного стану, збільшує віру в перемогу українців, адже на їх стороні навіть чотирилапі. Визначено, що вплив на громадськість образів пса Патрона та кота Степана мають спільні й відмінні риси. Зокрема серед спільних рис можемо виділити такі: уособлення патріотизму, слугують талісманами, активно взаємодіють із громадськістю, залучають увагу до благодійності та важливих суспільних питань, популярні в соцмережах. Серед відмінних якостей виявлено такі: перш за все – тип тварин, різні функції та ролі. Пес Патрон більше асоційований із захистом та безпекою, патріотизмом, що відображає його роль у ДСНС. Кіт Степан виступає як благодійник, підтримуючи армію та постраждалих тварин. Визначено, що обидва образи є унікальними та викликають позитивні асоціації, але вони відрізняються за своїм походженням, функціями та способами взаємодії із суспільством. Розроблено факторний аналіз репутаційної діяльності кота Степана, який ґрунтується на таких факторах як: взаємодія з медіа, налагодження відносин з партнерами, формування лояльності громадськості, створення внутрішнього іміджу, соціальна відповідальність, підтримка взаємовідносин з державою, вплив на міжнародну спільноту.

Ключові слова: *вплив, імідж, військова пропаганда, кіт Степан, пропаганда, пес Патрон, образи тварин в пропаганді.*

УДК 316.77+81.42
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/38

Ганцюк Т. Д.
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Опар Н. В.
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Гуляк К. В.
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

ВІДОБРАЖЕННЯ СТЕРЕОТИПІВ ТА ЕТНІЧНИХ УПЕРЕДЖЕНЬ У КІНОМАТОГРАФІЇ (НА МАТЕРІАЛІ КІНОФІЛЬМУ «SERIAL (BAD) WEDDINGS»)

Міжкультурна комунікація є невід'ємною складовою сучасного глобалізованого світу, де різноманітність культур і національностей стає дедалі важливішою у повсякденних міжособистісних взаємодіях. Однак, попри цей прогрес, у міжкультурному спілкуванні часто виникають стереотипи, що ускладнюють взаєморозуміння та комунікацію. Вони можуть бути спричинені загальними уявленнями про певні культури чи національності і призводять до непорозумінь. Стереотипи в свою чергу формують перешкоди в сприйнятті та взаємодії між людьми з різних культурних середовищ.

У дослідженні, яке фокусується на стереотипах у міжкультурному спілкуванні, був проведений аналіз кінострічки «Serial (Bad) Weddings». Метою дослідження є вивчення стереотипів, що виявляються в цьому фільмі, а також їх впливу на міжкультурну взаємодію. Фільм зображує життя великої родини, що складається з представників різних національностей і культур: французької, арабської, єврейської, китайської та африканської. Спостереження за їх взаємодією дає змогу виявити стереотипи, з якими персонажі стикаються, і що, в свою чергу, породжує культурні упередження і непорозуміння. Стереотипи, пов'язані з національними традиціями, харчуванням, зовнішністю та іншими культурними характеристиками, виявляються основними у фільмі. На основі аналізу було виокремлено кілька категорій стереотипів, зокрема, стереотипи щодо представників китайської, арабської, єврейської, африканських культур та французької культури, а також універсальні стереотипи

Дослідження також показує, що, незважаючи на первісні упередження, персонажі поступово знаходять спільну мову і навчаються взаємоповазі. Таким чином, фільм «Serial (Bad) Weddings» ілюструє, як стереотипи можуть бути не лише бар'єром у комунікації, але й як через сміх і гумор можна розглядати актуальні соціальні питання, такі як різноманітність, релігійні розбіжності та культурні відмінності. Кінематограф, через свою здатність формувати уявлення у суспільстві, стає потужним інструментом для переосмислення стереотипів і розвитку більш толерантного підходу до культурної різноманітності.

Ключові слова: *етнічні стереотипи, кінематограф, комунікація, культурна різноманітність, міжкультурна взаємодія, стереотипи, упередження.*

Постановка проблеми. Міжкультурна комунікація є ключовим аспектом сучасного світу, де глобалізація та міжнародні контакти набувають все більшого значення. Це поняття відноситься до способу, яким люди з різних культур спілкуються між собою, взаємодіючи та обмінюючись інформацією. Здійснення ефективної міжкультурної комунікації вимагає уваги до різних культурних аспектів. Досить часто у міжкультурному спілкуванні виникають стереотипи, що базуються на загальних уявленнях про певні культури або національності, і можуть викликати перешкоди в сприйнятті повідомлень та спілкуванні з представниками різних культур. Саме тому їх дослідження має важливе значення в сучасному глобалізованому світі, де взаємодія між різними культурами стає все більш інтенсивною.

Формування стереотипів відбувається завдяки здатності людської свідомості закріплювати інформацію у вигляді стійких утворень. Люди перевантажені інформацією, постійно стикаються з відмінностями, випадковостями та іншими

складними комбінаціями свого оточення. Щоб це можна було подолати, вони реконструюють світ у більш просту модель, що призводить до створення стереотипів. Стереотипи відображають суспільний досвід людей, загальне та повторюване в їх повсякденному житті, а сприйняття людьми один одного відбувається крізь призму вже сформованих стереотипів

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Над темою дослідження міжкультурних стереотипів працювали такі дослідники як О. Богданов, В. Ліппмана, Н. Лютко, Г. Оллпорт, О. Селіванова та інші науковці у сфері комунікації та міжкультурної взаємодії.

В науковий обіг поняття «стереотип» було введено американським соціологом В. Ліппманом, який визначав стереотипи як «упереджені погляди, що керують всіма процесами сприйняття» [6]. На думку В. Ліппмана, коли людина намагається осягнути оточуючий світ, вона створює «картинку у своїй голові» відносно тих явищ, які вона безпосередньо не спостерігала.

Велика кількість дослідників вивчали феномен «стереотипу» як особливості людського мислення. До прикладу, О. Селіванова слушно зауважує, що стереотип – «детермінована культурою, впорядкована й фіксована структура свідомості, фрагмент картини світу, що уособлює результат пізнання дійсності певним угрупуванням і є схематизованою стандартною ознакою, матрицею предмета, події, явища» [7]. А Г. Оллпорт у своїй роботі «The Nature of Prejudice» визначає стереотип як загальну уяву про групу людей, яка не завжди відображає реальну різноманітність в цій групі [1]. Науковець Х. Патнем визначає стереотип як загальноприйняте поняття, яке обумовлене сукупністю властивостей, референційно фіксованих з типовим представником виду: «A stereotype is «a standardized description of features of the kind that are typical or normal» [2].

Постановка завдання. Метою дослідження є проаналізувати стереотипи, що проявляються у кінофільмі «Serial (Bad) Weddings» та їх вплив на міжкультурну взаємодію.

Виклад основного матеріалу. Сприйняття людьми один одного відбувається через призму вже сформованих стереотипів. Зустрічаючись з представниками інших народів та культур, люди, як правило, сприймають їх поведінку з позицій своєї культури. Нерозуміння чужої мови, жестів, міміки та інших елементів поведінки нерідко веде до викривленого тлумачення смислу та дій, що легко породжує цілий ряд негативних почуттів: ворожість, настороженість, презирство. В результаті такого роду міжкультурних чи міжетнічних контактів виявляються найбільш типові риси, характерні для того чи іншого народу або культури, а в залежності від цих характерних ознак та властивостей дані представники розділяються на різні групи. Так поступово складаються етнокультурні стереотипи, які являють собою узагальнені уявлення про типові риси, характерні для народу або його культури.

Природа виникнення стереотипу сприйняття й упередження в міжкультурній комунікації лежить в об'єктивних умовах життя людей, для яких характерне багаторазове повторення одноманітних життєвих ситуацій. Процес формування стереотипів відбувається завдяки можливості людської свідомості закріплювати інформацію про однорідні явища, факти та людей у вигляді сталих ідеальних утворень. Стереотипи відображають суспільний досвід людей, загальне та повторюване в їх повсякденному житті, а сприйняття людьми один одного відбувається крізь призму вже сформованих стереотипів [4].

Стереотипи виконують як когнітивну, так і мотиваційну функції. З когнітивної точки зору вони слугують засобом спрощеного сприйняття та організації інформації, що робить її більш доступною для розуміння. Однак така інформація часто виявляється спотвореною та далекою від реальності, що може спричинити дезорієнтацію особистості. У мотиваційному аспекті стереотипи також є ненадійними, оскільки прийняття рішень на основі загальноприйнятих уявлень, а не об'єктивних фактів, містить значний ризик.

Досліджуючи роль засобів масової інформації у формуванні суспільної думки, уже згадуваний нами раніше дослідник В. Ліппман зазначав, що засоби масової інформації, використовуючи інформаційні ресурси, здатні конструювати викривлену картину реальності, яка не відповідає дійсності, а натомість спрямована на викликання емоційної реакції аудиторії. Цей підхід підкреслює значний маніпулятивний потенціал ЗМІ, що активно застосовується у сучасному інформаційному просторі. ЗМІ, до яких віднесемо і кінематографію, відіграють ключову роль у поширенні та посиленні стереотипних уявлень, хоча їхній потенціал може бути спрямований у протилежному напрямі, а саме, на подолання негативних етнокультурних стереотипів і формування толерантності в суспільстві.

Якщо розглядати етнічний стереотип як структурний елемент етнічної самосвідомості варто погодитися з таким його визначенням: «етносте-

реотип – це узагальнений, емоційно насичений образ етнічної групи або її представників, котрий створений історичною практикою міжетнічних відносин. Відображаючи прагнення людей до збереження позитивної етнокультурної ідентичності, етнічний стереотип відіграє важливу соціальну роль, будучи фактором консолідації та фіксації етнічної групи» [5].

Оскільки комунікації здійснюються через велику кількість засобів інформації, кінематограф не є виключенням. За його допомогою можна не лише впливати на суспільство, а й передавати у соціум найрізноманітнішу інформацію. Кінематограф завжди був не лише розважальним засобом, але й потужним інструментом формування уявлень і стереотипів у суспільстві. Відтворюючи різноманітні аспекти життя та культури, фільми часто спрощують та узагальнюють образи, створюючи таким чином стереотипи, які можуть впливати на сприйняття та уявлення глядачів.

«Serial (Bad) Weddings» (в оригіналі – «Qu'est-ce qu'on a fait au Bon Dieu?» / What have we done to the Good Lord?)» [3] – це кінофільм, у якому зустрічаються багато різних культур у близькому колі. Представники французької, арабської, єврейської, китайської та африканської культур повинні взаємодіяти, адже вони тепер велика родина. Спостерігаючи такий «культурний мікс», не дивно, що герої часто діють упереджено, на основі стереотипів.

Під час аналізу цього фільму було помічено близько 40 стереотипних уявлень про культурні особливості головних героїв. Запропоновано класифікувати їх за національною ознакою, виокремивши такі категорії:

– стереотипи щодо представників китайської культури,

– стереотипи щодо представників арабської культури,

– стереотипи щодо представників єврейської культури,

– стереотипи щодо представників африканських культур,

– стереотипи щодо представників французької культури,

– універсальні стереотипи, не прив'язані до національності.

Стереотипи щодо представників китайської культури. Про представника Китаю у кінострічці було згадано чи не найбільше стереотипів. Перше стереотипне висловлювання про китайську кухню було від самого ж китайця. Чау, чоловік третьої дочки Вернеїв – Сеголен, запрошуючи батьків дружини на обід сказав «*I will prepare our traditional Chinese dish – fried dog*». Також у фільмі було згадано про іншу страву китайського походження – локшину: Давід, чоловік Оділь, у сварці викрикнув «*He started it all with his talk about pork. Couldn't make Chinese noodles?*».

Давід вказав на ще один поширений стереотип про китайців – вони дуже таємничі та беземоційні: «*At least we communicate, not that you Chinese never know what's on your mind... I'm just saying that Chinese people don't make any effort to meet others*». Стереотип про підступність китайців мав продовження: коли чоловіки Чау та Давід затіяли бійку, китаєць ударив єврея прийомом з кунг-фу (ще один стереотип про те, що всі китайці володіють бойовими мистецтвами). Тоді Давід сказав «*Hitting the throat is so Chinese!*». Також, до теми, коли Вернеї збиралися до церкви на різдвяну службу, китаєць погодився піти з ними, тоді було згадано і наступне «*Oh, chinky, the master of sneaking!*»

Про «вічно посміхнених» китайців у фільмі теж не забули. Коли дружина радить Чау бути привітним у відповідь на образи, чоловік обурюється і каже «*I'll grin like a chinky*». Але були і негативні коментарі про посмішки китайців. Коли за вечерею з батьками почалось обговорення почуття гумору у присутніх культурах, Чау сказав «*Chinese humor does not exist, the Chinese have no sense of humor*», після чого засміявся, але його ніхто не підтримав.

У фільмі також було згадано про пунктуальність китайців. Перед святковою різдвяною вечерею Марі Верней почувши звук під'їжджаючої автівки сказала: «*And here are the first ones*», Клод відповів: «*I bet twenty euros that it is Chinese*». Наступною ситуацією було запізнення Лаури з нареченим Шарлем до ресторану для знайомства з батьками. Тоді батько дівчини поглядаючи на годинник промовив: «*10 minutes late. One thing is for sure – he is not Chinese*».

У кінострічці також знаходимо немало *стереотипів щодо представників арабської культури*. Перше, що одразу кидається в очі – галасливі люди, вбрані в національний арабський одяг. Таким чином, стереотипно у стрічці зображено родичів Рашида – представників арабської культури.

Про стереотипні національні імена теж йшлося. Коли вагітну первістком Ізабель запитали як вони з Рашидом хочуть назвати сина, вона відповіла, що «*…we hesitate between Antoine, Luca and Mahmoud*». Очі батьків дівчини «полізли на лоба», а пара посміхнулися один одному.

Стереотипи про мусульманську кухню теж мають місце у фільмі. Китаєць Чау на обід приготував страусятину. Він аргументував такий дивний вибір тим, що «*I usually make this dish with pork, but*…» і глянув і бік Рашида, який є мусульманином та не їсть свинини.

За обідом у родини відбувалась дискусія, ба навіть суперечка про монополізацію ринку китайцями, тоді Давід сказав, що «*…arabs at least know how to trade*». Після вечері сварка продовжилась. Чау, виправдовуючи батька дівчат, який був шокований Барбесом (арабським кварталом у Парижі) сказав, що «*But if he said that all Arabs are thieves – another matter*».

Останнім, але не менш стереотипним уявленням про арабів було висловлювання афроамериканця Андре Кофі. Готуючись до весілля Лаури та Шарля постало питання де розмістити так багато гостей. Вернеї запропонували поставити у дворі намети, як це було під час весілля Ізабель та Рашида. Андре категорично не погодився, додавши, що гості з сторони Кофі «*…not Arabs, only Arabs are used to living in tents*», натякаючи на кочовий спосіб життя арабів, що є стереотипом.

Проаналізуємо також *стереотипи щодо представників єврейської культури.* Стереотипно було зображено не тільки інші етноси, а і єврейство зокрема. Єврейських персонажів зображено в традиційному вбранні, зокрема в кіпах та з пейсами, як під час весільної церемонії, так і під час обряду обрізання. Навіть Клода Вернея, який не є євреєм, одягнули у кіпу на церемонії обрізання.

На цій же церемонії обрізання було згадано особливість єврейської кухні. Марі Верней шампанське здалося дивним на смак, тому спробувавши ковток, вона сказала «*…probably kosher, tastes strange*». Кошерна їжа та напої згадувались і надалі. На додачу до теми національної кухні, в одній зі сварок китаєць Чау назвав єврея Давіда «фалафелем» – національною єврейською стравою, що являє собою смажені на олії невеликі котлетки з меленого нуту.

Також у фільмі було згадано стереотипну підприємливість євреїв. Ідучи додому після обіду, Клод сказав, що «*On the other hand, Odile is a brilliant girl, and he is a loser hanging around her neck. I thought Jews were successful entrepreneurs, obviously not all of them*». Іншою згадкою було те, що у сварці після цього ж обіду китаєць Чау сказав: «*The days of Jewish bankers are in the past*». Також здатність євреїв бути усюди та мати вигоду згадує Оділь, налаштовуючи чоловіка перед вечерею у батьків – «*I only ask you not to mention tobacco shops and all that. It's not difficult. And if someone starts saying something like «Jews have flooded television» or that «all Jews are dentists» – speechless Fine?*». Стереотип про євреїв-дантистів також згадує Андре Кофі при знайомстві з євреєм Давідом. Чоловік показує свої пломби в зубах: «*I had a good friend – a Jew, a dentist. He made my entire jaw. Rate the quality*», стереотипно думаючи, що Давід єврей, отже дантист.

Стереотипи щодо представників африканських культур теж мають місце у кінострічці. Лаура називає свого чоловіка, темношкірого Шарля, «*chocolate shock for parents*», Шарль підтверджує: «*Swiss chocolate shock*».

Африканських персонажів також змальовано крізь стереотипне уявлення про їхню схильність до легковажних стосунків. Зокрема, в епізоді, де сестри Лаури разом із чоловіками розробляють план розлучення закоханих, один із персонажів, араб Рашид, стверджує: «*I know their brother. Blacks have «Achilles' heel» – women*», що відображає стереотип про надмірну увагу африканських чоловіків до жінок. Єврей Давид відповідає: «*What a cliché, not all black is admirer*», а китаєць Чау підтримує Рашида: «*It is necessary to check whether this is not a fictitious marriage. Africans often do this*».

Ще одним поширеним стереотипом є уявлення про великі родини серед представників африканських культур. Це відображено в сцені підготовки до весілля Лаури та Шарля, де батько Шарля, Андре, зазначає, що з їхнього боку буде значна кількість гостей, перераховуючи родичів з різних куточків світу. На запитання Клода Вернея щодо остаточної кількості гостей Андре відповідає: «*The total is four hundred*», що підкреслює поширене уявлення про чисельність африканських сімей.

Оскільки це французька кінострічка, то стереотипів щодо представників французької культури є дещо менше, та все ж вони присутні у фільмі. Стереотипно про французів згадував Андре Кофі. Коли він дізнався, якої національності його майбутня невістка, сказав сину *«Charles beware of the whites especially the French they are evil and stupid I know what I'm talking about when I was in the marines they always oppressed me»*. Фраза Клода «I just don't understand. Why would my daughter marry someone who is not even French? It's not right» ілюструє стереотип про те, що «справжні» французи повинні бути білими, католиками і мати традиційні французькі цінності. Також бачимо стереотип, який підкреслює культ французької

гастрономії та вина, коли Мері говорить *«Nothing beats a good bottle of Bordeaux wine. The French know how to enjoy life!»*

Універсальними стереотипами є ті, що згадувались про усіх одночасно. До прикладу, коли усі збиралися на спільну різдвяну вечерю, араб Рашид запитав дружину чи «Брюс Лі та Мойша» будуть присутніми, а єврей Давид – чи «Джекі Чан і Рафат». Це стреотипи, що базовані на відомих представниках цих національностей. Сюди також можна віднести те, що Марі Верней попереджала чоловіка перед вечерею: *«No sharp statements about Israel, the Dalai Lama and the burqa».*

Стереотипність національної кухні, як важливого елемента культури, стала основою для побудови сцени, у якій мати дівчат подає на вечерю три індички: халяльну для араба, кошерну для єврея та приготовану за китайським рецептом для китайця. Стереотипними є також моменти, коли троє чоловіків ліплять сніговика на Різдво: китайський персонаж Чау створює сніговика з вузькими очима, єврей Давід одягає на нього кіпу, а араб Рашид формує бороду з шапки, що підкреслює культурні стереотипи щодо цих національних груп.

Висновки. Отже, в аналізованому фільмі представлені різноманітні, але в той самий час яскраві та колоритні культури. Спочатку персонажі ставляться один до одного через призму стереотипів, дозволяючи собі відкрито ображати інших на їхній основі. Проте з часом французи, афроамериканці, євреї, араби та китайці знаходять спільну мову. Фільм «Serial (Bad) Weddings» пропонує гумористичний погляд на актуальні соціальні проблеми, такі як упередження, стереотипи та релігійні розбіжності. Він закликає до прийняття та поваги культурних відмінностей. Окрім того, фільм нагадує, що справжнє щастя полягає в здатності знаходити спільне в різноманітності та розуміти один одного.

Список літератури:

1. Allport G. The Nature of Prejudice: 25th Anniversary Edition. Basic Books. 1979. 575 p.
2. Putnam H. The Meaning of ‘Meaning’. *Language, Mind and Knowledge*. vol. 7. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1975. pp. 131–193.
3. Serial (Bad) Weddings: Movie / directed by Philippe de Chauveron; screenplay by Philippe de Chauveron. 2014. URL: https://www.imdb.com/title/tt2800240/
4. Гулівець Н. О. Формування і роль стереотипів в міжкультурній діловій комунікації. *Культура народів Причорномор’я.* 2014. № 217. С. 32–37.
5. Ґелнер Е. Нації та націоналізм. Націоналізм. Київ. 2013. 300 с.
6. Діалог культур. Україна у світовому контексті : Матеріали перших міжнар. філос.-культурол. читань, Львів, 25–26 квіт. 1996 р. Львів : Каменяр, 1996. 174 с.
7. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля, 2006. 716 с.

Hantsiuk T. D., Opar N. V., Huliak K. V. REFLECTIONS OF STEREOTYPES AND ETHNIC PREJUDICE IN CINEMATOGRAPHY (BASED ON THE FILM «SERIAL (BAD) WEDDINGS»)

Intercultural communication has become an integral component of the contemporary globalised world, where the diversity of cultures and nationalities has assumed an increasingly significant role in everyday interpersonal interactions. Nevertheless, despite this progression, stereotypes frequently emerge in the context of intercultural communication, impeding comprehension and effective communication. These stereotypes can be attributed to generalised perceptions of specific cultures or nationalities, leading to the occurrence of misunderstandings. Stereotypes, in turn, create barriers to perception and interaction between people from different cultural backgrounds.

In this study, which focuses on stereotypes in intercultural communication, the movie «Serial (Bad) Weddings» was analyzed. The purpose of the study is to examine the stereotypes manifested in this movie and their impact on intercultural interaction. The film depicts the life of a large family consisting of representatives of different nationalities and cultures: French, Arab, Jewish, Chinese and African. Observing their interactions allows us to identify the stereotypes that the characters face, which, in turn, gives rise to cultural prejudices and misunderstandings. Stereotypes related to national traditions, food, appearance, and other cultural characteristics are the main ones in the film. Based on the analysis, several categories of stereotypes were identified, including stereotypes about representatives of Chinese, Arab, Jewish, African and French cultures, as well as universal stereotypes.

The research indicates that, despite their initial prejudices, the characters gradually establish a shared language and develop mutual respect. This suggests that «Serial (Bad) Weddings» illustrates how stereotypes can impede effective communication and how humour can be employed to address salient social issues, such as

diversity, religious differences, and cultural diversity. The medium of cinema, through its capacity to influence societal perceptions, is becoming a powerful tool for re-evaluating stereotypes and cultivating a more tolerant approach to cultural diversity.

Key words: *cinema, communication, cultural diversity, ethnic stereotypes, intercultural interaction, prejudice, stereotypes.*

UDC 316.77:004.738.5
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/39

Horska K. O.
Taras Shevchenko National University of Kyiv

TRANSFORMATION OF MEDIA CONTENT VALUE PARAMETERS: THE ROLE OF INTERACTIVITY IN THE DIGITAL ENVIRONMENT

The article explores the changing value orientations of media content in the digital age, focusing on the role of interactivity as an important parameter in forming content value for the audience. The research aims to identify key parameters of media product value and analyze the place of interactivity in this process. Using Uses and Gratification Theory and social psychology of value as a framework, the study analyzes scientific discourse for the period 2015–2025 using MAXQDA software for in-depth textual analysis.

This allowed for the identification of approaches to defining and measuring content value from the perspectives of various stakeholders: media producers, consumers, advertising market, society, state, and others. The paper identifies six main parameters of content value for the audience: informational, emotional, social, practical, aesthetic, and interactive. Moreover, interactivity can be considered both as an independent value parameter and as functionality that enhances other parameters. In particular, interactive features such as comments, voting, chats, and feedback opportunities promote active user participation, formation of social connections, and increased trust in media.

However, the analysis shows that the economic value of content does not always coincide with its social or cultural value. This creates challenges for the media industry, which must find a balance between professional journalism standards and audience expectations. For example, lower quality content (from the perspective of media standards) may receive greater engagement through interactive features, which calls into question traditional approaches to evaluating media product quality. Overall, the research findings confirm that interactivity is a significant tool for enhancing media competitiveness in the digital era and participates in shaping the value of media products.

Key words: *interactive content, media content value, digital audience engagement, media product quality, interactivity, audience participation metrics, quality in journalism.*

Statement of the problem. In the contemporary era, the value parameters of media content are undergoing a transformation under the influence of numerous factors, including shifts in media business models and alterations in consumer behaviour. Technological developments have been identified as a significant driving force in this process, contributing to the expansion of audience interaction with content and media, as well as between users, thereby fostering enduring connections [30]. This assertion is further supported by the observation that 'audience engagement is becoming a key factor for journalism in the post-truth era' [30]. While the impact of interactivity on the value of content has been touched upon by several researchers [10, 46, 38], a more systemic consideration of this issue is required.

Task statement. The objective of this study is to identify the key parameters of media content value and to summarise scientific approaches to assessing the place and role of interactivity in shaping the value of media products in modern times.

Research methodology. The present study sought to systematise the approaches to value formation of media products by drawing upon the 'Uses and Gratification' theory pioneered by Jay G. Blumler and Elihu Katz in 1974, in addition to economic theories of consumption and the social psychology of value.

The analysis of the extant scholarly discourse spanned the period 2015–2025, with the study highlighting the parameters that influence the determination of the value of content, especially in light of the significant changes that have occurred in the landscape of media consumption. The articles were selected through a search in scientometric databases of peer-reviewed publications for the keywords "value in media", "interactivity in media"/"interactive functions in media", and 'quality in journalism'. The application of the first two criteria enabled the summarisation of scientific developments on the topic and approaches to the formation of the value parameter for different groups of stakeholders, namely media producers and consumers.The quality filter was used separately

since the analysis demonstrated that many concepts of value in media are based on the theory of quality. An in-depth textual analysis of the selected articles was carried out using MAXQDA software.

Analysis of recent research and publications. The value of a media product can be viewed from a variety of perspectives, including functional, emotional, social and economic [37], aesthetic, political, and from the perspectives of different parties, such as the media itself, its audience, the advertising market, society, and the state. According to R. Picard, the value of a media product can be formed at several levels at once: at the public level (civic awareness, informing) and at the individual level (functional benefits) [34]. The development of digital platforms acutely raises the issue of commercial value of media products is also given increased prominence [35]. Traditionally, media have considered the economic approach to value and utilised the model of a two-sided market [1; 18]. According to this approach, economic value is aimed on the one hand at the audience and on the other hand at selling the audience's attention to advertisers, and the concept of value is used in the sense of "cost". According to journalism theorists who view the journalist as a gatekeeper, the value of a media product is assessed from the perspective of its quality [3; 4; 36], the influence on the public [33], level of democratic function [5], public interest [29; 32]. The definition of value as a measure of effectiveness for newsrooms encompasses audience engagement and media consumption metrics (e.g. metrics, traffic, reach, likes, comments). However, as Tandoc et al. notes, using web analytics to understand audience preferences is incompatible with editorial autonomy and the public role of journalism [46]. Other approaches link the criteria of value to media credibility [27] or relevance to audience needs and desires [24].

At the same time, the value of a media product in terms of its role in shaping society's culture and its influence on social and political processes will be influenced by other variables. In this context, approaches to assessing the value of a media product often relate it to the social frame, introducing concepts such as "heritage media product" in relation to products of high cultural value [37].

In the context of the media industry, Oscar Wilde's renowned phrase, 'beauty is in the eye of the beholder', can be interpreted as a value that is subject to variation among consumers. This implies that the entity capable of offering the most value to the consumer will accrue the greatest benefit. As Göran Bolin rightly points out, 'we attach value to something, we agree with value, we justify value, and sometimes we devalue things in the process of evaluative activities' [6, p. 4]. Thus, value is the result of social activities carried out within social relations [Ibid]. A. Krüger and M. Reinhart's research confirms this statement, emphasising that values depend on the prevailing social values [22]. In the digital landscape, significant factors influencing value include the culture of connectivity [48; 20] and digital hyperconnectivity [8].

The increasing accessibility and openness of digital media has had the effect of bringing consumers together and encouraging interaction around topics of shared interests. Consequently, the manner in which individuals evaluate worth and their content requirements may be influenced by their participation in specific online communities or social circles. It can be reasonably inferred that, despite the variability in value judgments among individuals, individuals within the same group, sharing analogous experiences and communication patterns, will manifest common characteristics in their assessment of value.

Outline of the main material of the study. In order to further explore the correlation between interactivity and value in media, it is necessary to consider the various approaches mentioned above.

Value creation and value extraction. The economic value of interactive media content. In accordance with Adam Smith's economic theory, the economic value of a media product is determined by the amount of resources allocated to its production (including human capital and financial capital). Concurrently, content can possess economic value for both the media entity itself as a commercial entity and for the active audience (e.g. bloggers, opinion leaders) who utilise it (through reposts, distribution) to expand their own audience, which in turn can result in monetisation.

On the contrary, the alternative theory of 'public value' emphasises that there is a line between value creation and value extraction [28]. A newsroom that produces quality content may not be able to compete with, for example, an aggregator that offers content based on it. Let's take another example: a blogger with a reach of 300–400 thousand views is confronted with the emergence of 2–3 of his critics who do not invest even minimally in the video sequence (they use thematically unrelated stock videos of nature, landscapes) to make review comments on each of his publications. The audience of such channels is growing and often exceeds the indicators of the hero's channel. Unfair? Perhaps, but this is where we encounter the sub'ical value judgement of the audience.

If in the last century, according to Marcel Broersma and Chris Peters, journalism established itself as 'a

commodity that was not just valuable for the well-being of individual citizens but also necessary for a healthy society at large' [7, p. 4], today the situation has changed. Journalism, which gives people what it believes to be in the sphere of their needs, in reality is not. Media products have different value for their authors, consumers and producers.

Value and quality: correlation of concepts. The correlation between the value of content and quality for the audience and in professional journalists may not be the same. Traditionally, the quality of journalistic content has been determined by the standards developed by the journalistic community itself, with users lacking the necessary qualifications to assess the quality of media content [47]. However, in recent years there has been a shift towards a more audience-driven approach, with the audience influencing the value characteristics of the content. This phenomenon is primarily attributable to the mounting significance of the audience within the business model of commercial journalism [50], as evidenced by metrics such as click-through rates, time spent, reposts, and comments. Concurrently, the content that the editors deem worthy of attraction is not commensurate with the requirements of the audience, particularly in consideration of the possibilities inherent in the utilisation of such content [9].

The concept of quality, based on providing value for the resources or time spent by the audience, according to R. Picard is an important 'factor in developing consumer trust and in creating consumer loyalty by making creating a product or service deemed to have higher quality and thus more value' [36, p. 97].

However, the practice of content transition to social networks demonstrates that the quality criterion is subject to other factors. Consequently, content that is considered to lack quality (from a professional standpoint) can garner more engagement [43]. This indicates that the concept of quality may not always align with its actual evaluation by the audience.

The role of interactivity in enhancing the appeal of media. Digital technologies are becoming a priority for investment in media businesses [17] because they have the potential to create added value for users. The challenge for the media is to ascertain what is value-added for its audience. The active use of innovative technologies (platforms, AI, etc.) and approaches in media production is largely aimed at audience engagement and satisfaction. From a media business perspective, interactivity is also an important tool for increasing the economic value of content. According to James Patrick Gleason and Paul Murschetz, 'online interactivity adds value to media firms by increasing audience engagement, hence reducing costs of interaction between media firms and audiences' [15]. Gleason et al. [15] identified six relationships between interactivity and increased media value. The authors noted that interactivity leads to an increase in media product choice and, as a result, greater audience satisfaction.

In the contemporary business environment, media entities are confronted with significant competition from various commercial enterprises. The development models employed by many businesses are predicated on the generation of content to attract audiences. This content is also characterised by the presence of the necessary parameters of value for the user, and in certain cases (for example, self-development, new experience) it has the capacity to substitute for content of media. After all, the four essential elements of the marketing framework (specifically: education, entertainment, enlightenment and/or attraction) are all equally powerful in bringing new audiences and clients to business enterprises. Thus, their strategies overlap.

Measuring value: monetisation and engagement metrics. The effectiveness of content is evaluated by the media through the analysis of the audience's propensity to pay for it, as well as the level of interaction with the media and content. This interaction is partly facilitated by interactive features, such as comments, feedback, and reactions.

Engagement metrics as effectiveness. Researchers have noted a discrepancy between the theoretical underpinnings of involved journalism and its practical implementation, as well as between user expectations and their consumption behaviour [42]. For instance, the criterion of time spent has been shown to be unrelated to the value of a particular content to the audience [11]. Conversely, the utilisation of interactive features by the audience is identified by numerous researchers as a pivotal indicator of material effectiveness. Thomas Ksiazek considers interactivity as a dialogue between media and audience through content [23]. User interaction with news articles, such as likes or comments, encourages greater engagement. It can therefore be argued that the parameter of engagement through reactions, feedback is directly related to the assessment of the value of the content for the audience, be it practical, emotional, etc.

Participation: explicit and implicit. In the context of interactivity, explicit and implicit participation are also important. Mikko Villi et al. [49] observes that while explicit participation usually refers to content production, i.e. co-writing with users, implicit participation can take many more forms,

including unconscious production or actions aimed at networking and community development. Actions such as sharing and liking content are cases in point of implicit participation, the importance of which is further underlined by the key role played by interactive functionality in enabling such participation [26]. It is for this reason that social networking platforms are constantly working to enhance these communication capabilities. A. Jönsson and H. Örnebring have even proposed a typology of platforms' functionality depending on the targeting of its audience with passive content consumption and requesters requiring a high level of participation [19].

Content value and monetisation. Trust is also a pivotal criterion for users evaluating content, and is formed through communication with the editorial staff (a function facilitated by interactive features). Suau et al. [44] further corroborate this finding, highlighting that audiences express a preference for interactive features that facilitate debate, such as comments or chats, and that offer connections with the editorial staff and authors of publications. Nevertheless, it is crucial to acknowledge the potential drawbacks associated with interactive features, particularly the presence of comments. These implications include the increased possibility of misinformation being disseminated through comments, particularly when users perceive comments to be more credible than the journalistic material itself [21]. Moreover, research has demonstrated [39] that comments presented in an aggressively impolite manner negatively affect users' assessment of content quality and value [16].

How the audience views the 'value' category. As Dan Gillmor [13] asserts, audiences do not merely consume media content, but rather utilise it for their own purposes. Consequently, valuable content is content that provides real and relevant value to the audience, meeting their demands, needs and expectations. Based on the analysed scientific results on this issue, we can distinguish the following criteria of value of digital content for the audience:

- *Relevance* – meeting the expectations of users. This is ensured by a high level of personalisation.
- *Reliability* is expressed through trust in the source of information.
- *Attractiveness* of content is represented through engaging format and other elements that draw the audience in. It can participate in the formation of emotional value.
- *Usefulness* is also revealed through interaction with the content, for example, the possibility of its distribution, use to establish social contacts in the network.
- *Interactivity* expands the possibilities of interaction with content. Although interactivity is highlighted as a separate criterion in the study, in reality other criteria will also be partially fulfilled through interactive features.

Research by Oliver Quiring indicates that *interactivity* is associated with what ordinary users are able to accomplish by using media in terms of *self-development, social influence and social relationships* [40].

A close analysis of the three proposed positions – *self-development, social influence* and *social relations* – reveals the potential for correlation with the categories of value. An attempt was made to summarise and identify six parameters of content value for the audience, which are related to the specified expectations of interactivity.

The concept of **information value** is defined as the extent to which content is deemed useful, relevant and reliable for the intended audience. The relevance of content is determined by the interests of the individual, facilitating self-development. **The concept of emotional value** can be defined as the ability of content to evoke emotions (e.g. anger, interest) and to stimulate feelings of involvement and community through various forms of interactivity. **The social value** of content as a means of communication and social interaction is also a contributing factor, correlating with the building of social relationships. It facilitates the effective dissemination of media content within one's social networks, thereby attracting new acquaintances, subscribers, and so forth, through engagement in discussion, debate, and dialogue. In essence, the value of content in this context lies in its capacity to initiate communication through the distribution of media content. Social influence is also exerted through the utilisation of media content, for instance, to substantiate one's own position, perspectives, and so on. However, it is important to acknowledge the potential consequences of content that has a positive impact on individuals, as it may also have a negative impact on the social level [25]. **Practical value** is defined as the extent to which the content can be used in everyday life, for example in the form of tips, instructions or life hacks. **Aesthetic value** of the content is related to the quality of content production, such as the visual and graphic effects, format, dynamic editing, and determines its attractiveness. **Interactive value** can be considered as the possibility for wide audience interaction with content, media and each other (comments, feedback, voting, chats, etc.). All the parameters described above can be present both separately and simultaneously.

Thus, for example, content of practical value in the form of a test can be distributed by the user among more people, including due to its interactive appeal to a wider audience. It is acknowledged that the medium, as posited by S. Rafaeli, has the capacity to impose limitations, eliminate barriers, or establish the prerequisites for interactivity levels [41]. However, as research has demonstrated, the digital form of content, supported by interactive possibilities, has a greater potential of value in comparison with traditional formats due to the expanded functions of interaction and use.

Conclusions. The results of the study indicate the necessity to reconsider approaches to creating value in media content, taking into account the growing role of interactivity and the audience's need for active interaction with the media. Interactivity is a significant parameter that determines the value of media content for a modern audience, playing a crucial role in shaping social connections and the cultural impact of media, and helping to create communities where users can discuss, share and criticise content, thereby increasing its social significance. Interactivity exerts a significant influence on the economic, social, cultural and emotional value of content, thereby establishing novel interaction standards between media and its users. Furthermore, interactivity impacts the perception of content quality, and while professional standards of journalism retain their importance, audiences are progressively evaluating content based on its usefulness, relevance and interactivity. This necessitates that the media find a balance between professional standards and audience expectations.

Despite the fact that the economic value of content does not necessarily align with its social or cultural value, which poses certain challenges for the media industry, interactivity remains a significant tool for increasing audience engagement and ensuring media competitiveness in the digital age.

Prospects for further research. Further research in this area could contribute to the development of new strategies for the effective use of interactivity in media production and consumption, especially in the context of the development of digital technologies such as artificial intelligence, virtual reality and other innovations.

Bibliography:

1. Anderson S. P., Gabszewicz J. J. The media and advertising: A tale of two-sided markets. Handbook of the economics of art and culture. 2006. Vol. 1. P. 567–614.
2. Anderson S. P., Jullien B. The advertising-financed business model in two-sided media markets. Handbook of media economics. 2015. Vol. 1. P. 41–90. DOI: 10.1016/B978-0-444-62721-6.00002-0.
3. Arnold K. Qualität im Journalismus. Handbuch Journalismustheorien / M. Löffelholz, L. Rothenberger (Eds.). Springer, 2016. P. 551–563.
4. Bachmann P., Eisenegger M., Ingenhoff D. Defining and measuring news media quality: Comparing the content perspective and the audience perspective. The International Journal of Press/Politics. 2022. Vol. 27, № 1. P. 9–37. DOI: 10.1177/1940161221999666.
5. Baker C. Media, markets, and democracy. Cambridge University Press, 2001.
6. Bolin G. Value and the media: Cultural production and consumption in digital markets. Routledge, 2011.
7. Broersma M., Peters C. Introduction: Rethinking journalism: The structural transformation of a public good. Rethinking journalism: Trust and participation in a transformed news landscape / C. Peters, M. Broersma (Eds.). Routledge, 2013. P. 1–12. DOI: 10.4324/9780203102688.
8. Brubaker R. Digital hyperconnectivity and the self. Theory and Society. 2020. Vol. 49. P. 771–780. DOI: 10.1007/s11186-020-09405-1.
9. Costera Meijer I. Understanding the audience turn in journalism: From quality discourse to innovation discourse as anchoring practices 1995-2020. Journalism Studies. 2020. Vol. 21, № 16. P. 2326–2342. DOI: 10.1080/1461670X.2020.1843067.
10. Costera Meijer I. What does the audience experience as valuable local journalism: Approaching local news quality from a user's perspective. The Routledge companion to local media and journalism / A. Gulyas, D. Baines (Eds.). Routledge, 2020. P. 357–367.
11. Costera Meijer I., Groot Kormelink T. Changing news use. Routledge, 2021.
12. Couldry N. Media rituals: A critical approach. Routledge, 2003.
13. Gillmor D. Mediactive. 2010. URL: https://mediactive.com/book/ (accessed: 20.02.2025).
14. Gleason J. P. The responsive multi-dimensional model of interactivity. Proceedings of the 2008 University of Kentucky GSA Symposium. 2008. URL: https://surl.li/ackelk (accessed: 20.02.2025).
15. Gleason J., Murschetz P. Online interactivity and achieving business value through digital media entrepreneurship. Journal of Media Management and Entrepreneurship. 2019. Vol. 1, № 1. P. 1–20. DOI: 10.4018/JMME.2019070102.

16. Hutchens M. J., Romanova E., Shaughnessy B. The good, the bad, and the evil media: Influence of online comments on media trust. Journalism Studies. 2023. Vol. 24, № 11. P. 1440–1457. DOI: 10.1080/1461670X.2023.2216811.

17. IDC. IDC FutureScape: The digital business era has arrived, augmented by GenAI. 2023. URL: https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS51412723 (accessed: 20.02.2025).

18. Ihlström Eriksson C., Åkesson M., Lund J. Exploring the two-sided market of newspapers. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research. 2016. Vol. 11, № 3. P. 1–19. DOI: 10.4067/S0718-18762016000300002.

19. Jönsson A. M., Örnebring H. User-generated content and the news: Empowerment of citizens or interactive illusion? Journalism Practice. 2011. Vol. 5, № 2. P. 127–144. DOI: 10.1080/17512786.2010.501155.

20. Kania-Lundholm M. Coping in the culture of connectivity. Digital ageism. Routledge, 2023. P. 192–209. DOI: 10.4324/9781003323686-11.

21. Kim J. W., Masullo Chen G. Exploring the influence of comment tone and content in response to misinformation in social media news. Journalism Practice. 2020. Vol. 15, № 4. P. 456–470. DOI: 10.1080/17512786.2020.1739550.

22. Krüger A. K., Reinhart M. Wert, Werte und (Be-)Wertung. Eine erste begriffs- und prozesstheoretische Sondierung der aktuellen Soziologie der Bewertung. Berliner Journal für Soziologie. 2016. Vol. 26, № 3-4. P. 485–500. DOI: 10.1007/s11609-017-0330-x.

23. Ksiazek T. B. Commenting on the news. Journalism Studies. 2018. Vol. 19. P. 650–673. DOI: 10.1080/1461670X.2016.1209977.

24. Lacy S. A model of demand for news: Impact of competition on newspaper content. Journalism Quarterly. 1989. Vol. 66, № 1. P. 40–48.

25. Lacy S., Rosenstiel T. Defining and measuring quality journalism. Democracy Fund and the Geraldine R. Dodge Foundation, 2015.

26. Langlois G., Elmer G. The research politics of social media platforms. Culture Machine. 2013. Vol. 14. P. 1–17.

27. Lee T.-T. Virtual theme collection: "Trust and credibility in news media." Journalism & Mass Communication Quarterly. 2018. Vol. 95, № 1. P. 23–27. DOI: 10.1177/1077699017749244.

28. Mazzucato M. Collective value creation: a new approach to stakeholder value. International Review of Applied Economics. 2022. Vol. 38, № 1–2. P. 43–57. DOI: 10.1080/02692171.2022.2144149.

29. McQuail D. Media performance: Mass communication and the public interest. Sage, 1992.

30. Meier K., Kraus D., Michaeler E. Audience engagement in a post-truth age: What it means and how to learn the activities connected with it. Digital Journalism. 2018. Vol. 6, № 8. P. 1052–1063. DOI: 10.1080/21670811.2018.1498295.

31. Mitleton-Kelly E. Complex systems and evolutionary perspectives on organisations: The application of complexity theory to organisations. Elsevier Science, 2003.

32. Muschenich D. Neutrality and values in journalism: A theoretical concept for journalism studies, borrowed from value sociology. Journalistik. 2022. Vol. 5, № 2. P. 95–113. DOI: 10.1453/2569-152X-22022-12299-en.

33. Napoli P. M., Stonbely S., McCollough K., Renninger B. Local journalism and the information needs of local communities: Toward a scalable assessment approach. Journalism Practice. 2017. Vol. 11, № 4. P. 373–395.

34. Picard R. G. Value creation and the future of news organizations: Why and how journalism must change to remain relevant in the twenty-first century. Media XXI, 2010.

35. Picard R. G. Funding digital journalism: The challenges of consumers and the economic value of news. Routledge companion to digital journalism studies / B. Franklin, S. A. Eldridge II (Eds.). Routledge, 2016. P. 147–154.

36. Picard R. G. Measuring media content, quality, and diversity: Approaches and issues in content research. Media Economics, Content and Diversity Project and Media Group, 2000.

37. Pitoňáková S. The model of value of a media product. Communication Today. 2023. Vol. 14, № 2. P. 16–26. DOI: 10.34135/communicationtoday.2023.Vol. 14. No. 2.2.

38. Price R. Calculating the value of media content. Digital Content Next. 2020. URL: https://surl.li/yjnfdk (accessed: 20.02.2025).

39. Prochazka F., Weber P., Schweiger W. Effects of civility and reasoning in user comments on perceived journalistic quality. Journalism Studies. 2016. Vol. 19, № 1. P. 62–78. DOI: 10.1080/1461670X.2016.1161497.

40. Quiring O. What do users associate with "interactivity"?: A qualitative study on user schemata. New Media & Society. 2009. Vol. 11, № 6. P. 899–920. DOI: 10.1177/1461444809336511.

41. Rafaeli S. Interactivity: From media to communication. Advancing communication science: Merging mass and interpersonal communication / R. P. Hawkins, J. M. Wieman, S. Pingree (Eds.). Sage Publications, 1988. P. 110–134.

42. Schmidt T., Nelson J., Lawrence R. Conceptualizing the active audience: Rhetoric and practice in "engaged journalism." Journalism. 2020. Vol. 23, № 6. P. 1464–1484. DOI: 10.1177/1464884920934246.

43. Shin J., Ognyanova K. Social media metrics in the digital marketplace of attention: Does journalistic capital matter for social media capital? Digital Journalism. 2022. Vol. 10, № 4. P. 579–598. DOI: 10.1080/21670811.2022.2031242.

44. Suau J., Masip P., Ruiz C. Missing the big wave: Citizens' discourses against the participatory formats adopted by news media. Journalism Practice. 2019. Vol. 13, № 10. P. 1316–1332. DOI: 10.1080/17512786.2019.1591928.

45. Swart J., Peters C., Broersma M. Navigating cross-media news use: Media repertoires and the value of news in everyday life. Journalism Studies. 2020. Vol. 21, № 16. P. 2326-2342.

46. Tandoc Jr. E. C., Thomas R. J. The ethics of web analytics. Digital Journalism. 2015. Vol. 3, № 2. P. 243–258. DOI: 10.1080/21670811.2014.909122.

47. Urban J., Schweiger W. News quality from the recipients' perspective. Journalism Studies. 2014. Vol. 15, № 6. P. 821–840. DOI: 10.1080/1461670X.2013.856670.

48. Van Dijck J. The culture of connectivity: A critical history of social media. Oxford University Press, 2013.

49. Villi M., Matikainen J. Participation in social media: Studying explicit and implicit forms of participation in communicative social media practices. Media and Communication. 2020. Vol. 8, № 2. P. 1–12.

50. Webster J. G. The marketplace of attention: How audiences take shape in a digital age. MIT Press, 2014.

51. World Economic Forum. Understanding value in media: Perspectives from consumers and industry. 2020. URL: https://surl.li/adfqjd (accessed: 20.02.2025).

Горська К. О. ТРАНСФОРМАЦІЯ ЦІННІСНИХ ПАРАМЕТРІВ МЕДІАКОНТЕНТУ: РОЛЬ ІНТЕРАКТИВНОСТІ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Стаття досліджує зміну ціннісних орієнтирів медіаконтенту в умовах цифрової епохи, зосереджуючись на ролі інтерактивності як важливого параметра формування цінності контенту для аудиторії. Метою дослідження є визначення ключових параметрів цінності медіапродуктів та аналіз місця інтерактивності у цьому процесі. Використовуючи теорію використання та задоволення потреб (U&G Theory) та соціальну психологію цінності як рамку, дослідження аналізує науковий дискурс за період 2015–2025 років з використанням програмного забезпечення MAXQDA для глибинного текстового аналізу. Це дозволило виокремити підходи до визначення та вимірювання цінності контенту з позицій різних зацікавлених сторін: медіавиробників, споживачів, рекламного ринку, суспільства, держави та ін. У роботі виділено шість основних параметрів цінності контенту для аудиторії: інформаційний, емоційний, соціальний, практичний, естетичний та інтерактивний. При цьому інтерактивність може розглядатися і як самостійний параметр цінності, і як функціонал, що підсилює інші параметри. Зокрема, інтерактивні функції, такі як коментарі, голосування, чати та можливість зворотного зв'язку, сприяють активній участі користувачів, формуванню соціальних зв'язків та збільшенню довіри до медіа. Однак, як показує аналіз, економічна цінність контенту не завжди збігається з його соціальною чи культурною цінністю. Це створює виклики для медіаіндустрії, яка мусить знаходити баланс між професійними стандартами журналістики та очікуваннями аудиторії. Наприклад, менш якісний контент (з погляду медіастандартів) може отримувати більшу залученість завдяки інтерактивним функціям, що ставить під сумнів традиційні підходи до оцінки якості медіапродуктів. Загалом, результати дослідження підтверджують, що інтерактивність є вагомим інструментом для підвищення конкурентоспроможності медіа в умовах цифрової ери та бере участь у формуванні цінності медіапродукту.

Ключові слова: *інтерактивність, якість медіапродукту, цінність медіаконтенту, параметри цінності контенту, інтерактивний контент, залучення цифрової аудиторії, критерії якості в журналістиці.*

УДК 007:304:001
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/40

Захаров В. В.
Київський національний університет культури і мистецтв

Красненко О. Л.
Київський національний університет культури і мистецтв

Левко У. Е.
Львівський національний університет імені Івана Франка

КРОСМЕДІЙНІ ПРАКТИКИ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ: ПЛАТФОРМИ, ТЕКСТИ, МАРКЕТИНГОВА СКЛАДОВА

Статтю присвячено окресленню актуального стану української кросмедійної журналістики. Оминаючи дискусійну тему термінологічних неузгоджень, автори зосередилися на дефініції, яка відображає виробництво продукту для багатоканального розповсюдження, що вимагає виконання відповідних редакційних завдань як щодо зовнішньої, так і внутрішньої структури матеріалу.

Мета роботи полягає у дослідженні способів використання популярними телеканалами та електронними виданнями Інтернет-платформ. Для контент-аналізу та порівняння взято: YouTube як платформу, яку «традиційні» ЗМІ використовують для поширення контенту власного виробництва понад 10 років; Telegram, що попри неоднозначну репутацію та критику залишається в Україні найпопулярнішим джерелом для отримання новин; Instagram і TikTok, які користуються популярністю насамперед серед молодої групи споживачів інформації. Значимість для аудиторії хостингу, месенджеру і соціальних мереж підтверджується маркетинговими й соціологічними дослідженнями, а також кількістю переглядів і підписок.

З огляду на розмаїття та кількість зразків для розгляду, увагу зосереджено на типових і показових прикладах, що демонструють закономірності у створенні й просуванні продукту на тій чи іншій Інтернет-платформі. У фокусі дослідження – виробництво телеканалів «1+1», «ICTV», «СТБ», «Прямий», «Ми – Україна», «Еспресо», «24 Канал», початково електронних видань «Українська правда» та «Oboz.ua».

У роботі текст розглядається як маркер трансформацій, які проходить продукт під час поширення у мережі. Зважаючи на мету, автори взяли до уваги вербальну складову матеріалів, які просуваються на іншій платформі, ніж та, яка є «материнською» для продукту. Таким чином підкреслюється сталість норм у створенні текстів для трансляції в ефірах телеканалів та публікації електронними виданнями на сайті.

Контент-аналіз кросмедійних практик свідчить про активне використання «традиційними» ЗМІ інструментарію, який відповідає правилам тієї чи іншої Інтернет-платформи та дозволяє ефективно просувати свій продукт.

Ключові слова: *кросмедіа, телеканал, електронне видання, Інтернет-платформа, YouTube, Telegram, Instagram, TikTok.*

Постановка проблеми. Сучасний медіапростір відзначається варіативністю форм, у яких подається інформація. Активний розвиток таких Інтернет-платформ, як соціальні мережі, месенджер Telegram чи хостинг YouTube, вимагають від журналістів «традиційних» засобів масової комунікації та майбутніх фахівців опанування відповідних способів створення та поширення контенту як у текстовому, так й у візуальному вимірах. Для того, щоб ефективно конкурувати за увагу глядача, телеканали запускають один канал чи декілька у YouTube, Telegram, сторінки в Instagram, Facebook, TikTok. Натомість популярні електронні видання, які раніше працювали лише як сайт із написаною інформацією та фото, нині також займаються зйомками відеосюжетів чи принаймні викладають текстові новини у Telegram.

Доцільність поширення контенту одночасно на різних платформах обґрунтовується маркетинговими дослідженнями та опитуваннями. Так, за

результатами аналізу, проведеного у 2024 р. на замовлення міжнародної організації «Internews Network», українці для отримання новин найчастіше обирають Telegram. На другому місці – YouTube, інтерес до якого зріс порівняно з 2023 р. А от Facebook чи Instagram помітно програє в інтересі до інформаційного контенту [6]. Окрім цього, за даними 2023 р., смартфон став основним девайсом, за допомогою якого глядачі отримують новини (87%). Доля телевізорів або Smart TV становила менше третини серед опитаних [14].

Разом з еволюцією технічних засобів поширення та споживання інформації змінюються способи створення контенту, адже, для прикладу, виготовити репортаж для лінійного телебачення тепер недостатньо. Той же продукт потрібно також «вирізати» з ефіру, дати йому назву для розміщення в YouTube, редагувати текстовий варіант для сайту, де також повинен бути вдалий заголовок, зробити Reels із субтитрами для Instagram, написати пост у Telegram і доповнити його фотоілюстрацією чи посиланням на відео у YouTube. Кожна зі згаданих платформ має свої правила як виробництва, так і просування, тож діяльність журналіста передбачає використання вмінь та навичок, які стосуються різних видів медіа у «класичному» розумінні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Для визначення об'єктів роботи, що дозволяє розкрити заявлену тему наукової розвідки, актуальними видаються результати маркетингових досліджень, які періодично проводяться. Тенденції розвитку Інтернет-платформ висвітлені в аналітичних матеріалах О. Вольської-Тищук [9], О. Шаріпова [14], І. Пилипіва та О. Сливенка [7]. Вивчення кросмедійної журналістики в Україні вже має певну історію. Важливими для висвітлення питання є численні праці як про функціонування кросмедіа, його характерні риси та відмінності у визначеннях (А. Досенко [1], М. Женченко [2], А. Палюх [19], В. Садівничий [11], Г. Хейс [18], Г. Шевченко [15]), так і про окремі аспекти явища, зокрема, мультимедійне мовлення (І. Мариненко [4]). Оскільки теоретичні узагальнення щодо засад і способів створення контенту для платформ, на яких поширюється журналістський матеріал, у науці представлені меншою мірою, доречними для розгляду є підходи, сформульовані практиками просування продукту в Інтернеті [10; 13; 16; 17]. Цінність медіаматеріалу увиразнюють такі роботи з креативного письма, як видання Б. Зінссера [3].

Варто виокремити невирішені частини загальної проблеми, що відображають динамічний розвиток практик просування телевізійного продукту та виробництва з-поза основного виду діяльності ЗМІ задля залучення більшої аудиторії споживачів інформації.

Постановка завдання. Мета статті – дослідити особливості використання «традиційними» медіа можливостей у просуванні свого продукту на Інтернет-платформах. У фокусі дослідження перебувають популярні телеканали та електронні видання, які нині поширюють контент у YouTube, Telegram, Instagram, TikTok, інтерес до яких серед споживачів інформації різного віку підтверджують маркетингові дослідження та опитування. До уваги береться текст як маркер трансформації при одночасному використанні різних каналів представлення журналістського матеріалу.

Виклад основного матеріалу. Кросмедійні практики стали частиною повсякденної роботи українських редакцій, насамперед – новинних, які виробляють найбільше контенту. Розвиток «перехресного» розміщення та просування контенту в журналістиці розпочався за кордоном, на що вплинув розвиток технічних засобів поширення інформації. Як пише В. Садівничий, перші відео на сайтах газет з'явилися у США ще наприкінці 1990-х років, після чого «ця мода заполонила Європу» [11, с. 44]. В Україні, як і в інших країнах, кросмедіа стали не лише різновидом роботи медійників, а й предметом численних дискусій серед науковців, які намагалися проаналізувати медіапродукт, визначити закономірності його функціонування та окреслити той контент, який відповідав новому для журналістикознавства поняттю.

Беручи до уваги реальний стан справ у медіавиробництві й тренди у внутрішній і зовнішній організації продукту, варто зосередитися на розумінні кросмедіа, які подає М. Женченко. Дослідниця пише, що йдеться про «створення контенту, який можна адаптувати та розповсюджувати через численні медіаплатформи з використанням різноманітних медіаформатів» [2, с. 74]. Такої дефініції достатньо, аби охопити нинішній журналістський контент з однаковими основними сенсами, але різницею у деталізації та зовнішній структурі, що відповідає специфіці платформи для розміщення. Подібні міркування висловлював Г. Хейс, вирізняючи декілька категорій кросмедіа, де вагомим показником була варіативність контенту [18]. Водночас варто додати, що у фаховій літературі кросмедійність розглядається на кількох рівнях: функціональному, структурно-логічному, змістовному, тематичному, контентотворчому тощо [1, с. 252].

Як показує досвід, розвитком сторінок «традиційних» ЗМІ на Інтернет-платформах зазвичай займаються окремі журналісти чи команди фахівців. О. Марків вказує на те, що сучасні медіа інтегрують у себе різні редакції, які працюють над створенням контенту «одночасно для різних каналів засобів масової комунікації». При цьому відбувається «об'єднання кадрового та виробничого потенціалів» [5, с. 4].

Кожен вид «традиційного» медіа та Інтернет-платформи, яку можна окреслити як нові медіа, має свої правила створення продукту, що стосуються й роботи над текстом як важливої складової у передачі інформації. Розглянемо різні варіанти вираження кросмедійного характеру сучасної української журналістики. Телебачення продовжує виробляти контент, який відповідає усталеним нормам як за змістом, так і за формою. Текстова складова будується відповідно до традиційного поділу на закадр, синхрони, лайви, стендап. Зміни насамперед помітні на лексичному рівні – у частому вживанні слів на позначення актуальних реалій (ШІ, кластери перемовин, діджиталізація) та сленгу. Питання доречності англіцизмів має дискусійний характер, проте варто згадати слова американського письменника та журналіста В. Зінссера, що «стежити за охайністю мови – це лише половина роботи (…) Інша частина роботи – допомагати мові розвиватися, радо вітаючи кожного «іммігранта», який додасть їй сили та барв» [3, с. 49].

Так, «Сніданок з 1+1» 05.05.2022 р. у телеефірі випустив сюжет, який в однойменному YouTube-каналі проєкту названо «Українські краші: на кого зараз дивляться українські дівчата у тік-тоці». У закадровому тексті цього матеріалу звучать такі слова: «Новий краш українок не так давно став татом». Використання позалітературної лексики може свідчити про намагання привернути увагу споживача інформації на тлі високого рівня конкуренції між різними медіа. Як слушно зауважує А. Палюх, нинішні реципієнти «стають дедалі активнішими у пошуку інформації» і «дедалі частіше використовують різні канали та вільно між ними переміщаються» [19].

Технології виробництва контенту для нелінійного споживання на інших платформах, на відміну від телебачення, висвітлені в наукових і прикладних роботах недостатньо. У випадку використання YouTube йдеться про підготовку назви матеріалу, яка спонукатиме до перегляд відео. Втім, популярність платформи зумовила появу «клікбейту» в негативному трактуванні. Для прикладу, відома журналістка та медіаекспертка Т. Трощинська у січні 2025 р. розкритикувала «клікбейтерів», які «б'ються за трафік», використовуючи назви для відео на кшталт «Скасування воєнного стану і вибори» чи «Закінчення війни в травні» [13].

Окрім врахування творчого та технічного компонентів, необхідно зважати на етичну складову журналістської роботи та дотримуватися професійних стандартів, навіть якщо йдеться про поширення продукту в Інтернет-просторі, адже «методологічна база кросмедійної стратегії органічно поєднує як філософію класичних традиційних ЗМК, так і постулати новітніх електронних технологій» [15, с. 155]. До слова, перша порада, яку надає компанія «Google» щодо назви відео в YouTube, стосується саме відповідності змісту. Також рекомендується дбати про лаконічність і найголовнішу інформацію виносити на початок речення. Засновники хостингу наголошують і на тому, що потрібно уникати зловживання великими літерами та смайлами й використовувати їх, якщо потрібно наголосити на певних емоціях або елементах відео [10].

Втім, українські телеканали у назвах в YouTube активно використовують як «клікбейтні» слова чи окличні речення, так і оформлення тексту з натисканням клавіші «CapsLock»: «ЦЕ ВАРТО ПОЧУТИ! Історії НЕМОВЛЯТ, яких мами ЗАЛИШИЛИ ПРОСТО НЕБА» («ТСН», 29.01.2025 р.), «ТЕРМІНОВО! Рязанський НПЗ згорів ДО ТЛА» («Факти ICTV», 28.01.2025 р.), «ВАЖЛИВО! У ЄС розкол: що ЗАГРОЖУЄ Україні!» («Espreso. TV», 27.01.2025 р.), «РОЗКЛАД ТАРО від відьми на долю Бахмута і Соледару. Коли звільнять Крим?» («Ми – Україна», 27.01.2025 р.).

Водночас варто зауважити, що аналіз назв телевізійних матеріалів у YouTube свідчить про ще один тренд, який полягає у вживанні синтаксичних конструкцій із двокрапкою та питальних речень. Тут, окрім вище наведених прикладів, також можна згадати такі формулювання: «Батьківська прихильність: чи справді батьки люблять молодших дітей більше?» («Сніданок з 1+1», 29.01.2025 р.), «Україна створить власний ЗАЛІЗНИЙ КУПОЛ: наказ віддано, перші деталі» («Телеканал Прямий», 27.01.2025 р.).

Подекуди редакції телеканалів, які займаються наповненням YouTube-каналів, вдаються до доповнення тексту емодзі в тих місцях, де логічним було б і вживання того чи іншого розділового знаку (наприклад, «60% українців хочуть ПОВЕРНУТИСЯ ДОДОМУ (емодзі, що нагадує блискавку) ОСЬ ЯК НАШІ ОБЄДНУЮТЬСЯ заради

ПЕРЕМОГИ!», YouTube-канал «Вікна-новини», 22.01.2025 р.).

Телеканали для поширення свого контенту використовують YouTube довше 10 років. Оскільки платформа дає можливість побачити кількість унікальних переглядів, зазначимо, що станом на кінець січня 2025 р., для прикладу, канал «Факти ICTV» з 2013 р. зібрав понад 3 млрд 660 млн переглядів, «ТСН» із 2012 р. – майже 6 млрд 850 млн переглядів, «Вікна-новини» із 2012 р. – майже 600 млн переглядів. Тенденція до зростання значення хостингу для «класичних» медіа зумовлена фінансовою окупністю. За словами фахівчині з розвитку брендів у YouTube О. Тищук-Вольської, рекламні бюджети на платформі у 2024 р. були майже такими ж за об'ємами, як телевізійні кошториси у 2021 р. Серед причин – зростання інтересу до інформаційного продукту, який, зокрема, виробляють телеканали [9].

З початком повномасштабного вторгнення РФ в Україну телевиробники також розвивають свої Telegram-канали. За словами І. Пилипіва та О. Сливенка, популярність месенджера, попри неоднозначну репутацію, з 2022 до 2024 р., зросла більш ніж утричі [7]. Зрештою, Telegram для інформування користувачів платформи використовують президент України, державні посадовці, різного роду служби. Способи створення контенту для поширення в месенджері ще потребують наукового аналізу та узагальнення. Натомість нинішнім чи майбутнім медійникам, які хочуть опанувати технології написання і просування контенту в Telegram, пропонуються курси чи сайти-порадники від більш досвідчених маркетологів та SMM-фахівців. Там вказується, що публікації діляться на різні види за структурою (наприклад, текстові пости, пости з ілюстрацією, галереї) та характером (новини, розважальний контент тощо) [17].

Варто наголосити, що новинні пости рекомендується писати за схемами, що схожі на ті, які використовуються при створенні замітки на телебаченні чи в газеті. Так, маркетолог В. Богданович розділяє структуру тексту на заголовок, лід, зміст, «підвал», а в назву, яка, однак, не притаманна телевізійній замітці, радить виносить констатацію факту, цитату, «інтригу», міркування автора [17].

Аналіз кросмедійних практик телевиробників свідчить, що, хоча тексти повідомлень у Telegram-каналах й відповідають внутрішній будові замітки, вони є меншими за об'ємом. Це ознака кросмедійних медіа, які також тяжіють до наявності лише змістово та структурно необхідних другорядних членів, що зауважила І. Мариненко [4, с. 53]. Втім, серед матеріалів у месенджері трапляються формулювання, що відзначаються необов'язковістю узгодження і вживання усіх слів, яких вимагає конструкція з погляду літературної норми. Можна припустити, що певною мірою це компенсується членуванням тексту на візуально відокремлені частини за допомогою двох натискань клавіші «Enter». Для прикладу, 29.01.2025 р. у Telegram-каналі «ТСН новини/ТСН.ua» опубліковано текстовий пост, який містить цитату у заголовку («**Термін дії для обов'язкового проходження ВЛК планують продовжити ще на 4 місяці**, – Верещук») та, зокрема, деталізацію, поділену на частини: «Йдеться про: // термін для обов'язкового проходження ВЛК продовжать ще на 4 місяці, тобто крайній строк перенести на початок червня 2025 року; // обов'язок проходити ВЛК **не стосуватиметься** обмежено придатних осіб **до 25 років**».

Використання напівжирного шрифту, підкреслень, інколи й курсиву, по суті, графічно увиразнює те, що редактори вважають найважливішим для реципієнта. Те саме простежується в іншому дописі, продовженням якого стала процитована вища публікація. Тут варто наголосити, що телеканали вдаються до продовження теми за допомогою опції «Відповісти». Якщо в цьому пості також міститься активне посилання на сайт tsn.ua (виділене синіми літерами слово «повідомила» у реченні «Як повідомила заступниця…»), то попередня публікація доповнена й відео, що «вирізане» з прямоефірної програми «ТСН». Воно містить замітку та включення заступниці керівника Офісу президента І. Верещук, яка розгорнуто висвітлює тему.

Ще один варіант оформлення контенту полягає у використанні аматорського відео чи відео інших медіа з текстовим поясненням, які викликають інтерес у цільової аудиторії телеканалу. Причому малий хронометраж чи тематика можуть вказувати на те, що поширення контенту обмежується Telegram-каналом. Так, прикладом може слугувати публікація у Telegram-каналі «ПРЯМИЙ» за 26.01.2025 р. Там, окрім відео хронометражем 10 секунд, розміщено фото та текст «**Рязанський НПЗ атакували дрони, почалася пожежа.** // Це вже друга атака на завод за останні дві доби. Губернатор розповідає, що дрони збили». А от канал «Ми Україна|Новини сьогодні» 23.01.2025 р. виклав фрагмент інтерв'ю президента США Д. Трампа американському телеканалу «Fox News» мовою оригіналу та опублікував головні тези з нього. В оформленні тексту використано не лише звичайний і напівжирний шрифти. Важливо відзна-

чити також вживання курсиву у представленні цитати, яка подається у третьому абзаці, де іде деталізація інформації. Він візуально відділений і містить пряму мову, що написана за правилами пунктуації – із комою і тире перед словами «сказав Трамп». Замість звичайних лапок цитуванню передує емодзі, що їх нагадує.

Текст із фото або інфографікою також належить до поширених варіантів оформлення контенту у Telegram-каналах, які ведуть телеканали. Світлини або відео – це обов'язкова частина постів в Instagram, які також становлять платформу для кросмедійної діяльності журналістів-телевізійників. Варто відзначити, що медіа активно розвивають окремі аккаунти не тільки своїх власне інформаційних проєктів, а й інформаційно-розважальних і розважальних програм, на які зорієнтована цільова аудиторія соціальної мережі. Додамо, що за результатами дослідження на замовлення «Детектора медіа», яке оприлюднили на початку 2025 р., Instagram належить до четвірки платформ, якими користуються українці віком від 12 до 18 років. Щоправда, підлітків тут цікавить насамперед стеження за відомими людьми та спілкування з друзями [8].

Телеканал «1+1» просуває одразу декілька сторінок в Instagram. Щоденний новинний контент викладається у профілі «tsnua», де 870 тис. підписників. Акаунт охоплює писані тексти, які доповнюють передусім фото, відеофрагменти ефірів та Reels новинного характеру, а також повідомлення про збір донатів. Значна частина постів стосується наслідків російської атаки, про які також регулярно інформують глядача у випусках «ТСН».

Тексти публікуються за принципами, що застосовуються при створенні дописів у Telegram. Втім, варто звернути увагу, що при викладенні телерепортажів, які були в ефірі, текст будується за логікою телевізійної підводки. Окрім членування на абзаци з використанням двох натисканням клавіші «Enter», редактори соцмережі вживають емодзі. Так, 24.12.2024 р. з'явилася «карусель» із фото та текст: «(Емодзі, які нагадують два знаки оклику) Кількість постраждалих у Кривому Розі зросла до 15-ти, – Дніпропетровська ОВА. // Десятьох з них ушпиталили. Четверо у важкому стані – це жінки 72, 65 та 42 років та 78-річний чоловік. // (Емодзі, схоже на знак оклику) З-під завалів будинку у Кривому Розі дістали чоловіка, – ОВА. Лікарі намагалися його реанімувати, однак на жаль, він загинув (емодзі, схоже на розбите серце)».

Характерна особливість функціонування тексту на найбільшій сторінці телеканалу «1plus1_ua» (1,9 млн підписників) полягає у написах безпосередньо на фото або відео, які становлять частину публікації. При цьому редактори дотримуються однакових шрифтів і колористики, яка асоціюється з логотипом каналу. Акаунт активно використовується для анонсів телевізійних ефірів, розіграшів, привітань, нагадувань про свята.

Повідомлення про майбутню трансляцію програм викладаються спільно зі сторінкою ранкового проєкту «Сніданок з 1+1». У цьому випадку редактори почасти вдаються до представлення трьох тем із констатацією факту в простому, розповідному реченні та другим реченням, яке є питальним. Наприклад, 09.12.2024 р. викладено світлину з відомим футболістом і тренером, яка доповнена таким текстом: «В будинку роками не працює ліфт. Як пришвидшити ремонт? // «Золотий м'яч» Андрія Шевченка в Україні. Де можна побачити трофей? // Пішов з життя популярний сільський тік-ток блогер Юрій Криштопа. Яким його згадують?».

Варто додати, що для цієї Instagram-сторінки звичними є звертання до споживача інформації із дієсловами у наказовому способі другої форми однини. Прикладами можуть слугувати такі фрагменти текстів, як: «Відзначай свята разом з 1+1 Україна (…)» (09.12.2024 р.), «Дивись проєкт «Аргумент кіно» та документальну стрічку «20 днів у Маріуполі» (…)» (21.01.2025 р.), «Дивись. Надихайся» (23.01.2025 р.). Втім, дружній, дещо «рекламний» тон комунікації не є поширеним серед усіх медіавиробників, які просувають контент в Instagram. Задля залучення глядачів до інтерактиву частина телеканалів практикує питальні речення з дієсловами у другій особі множини. Так, на Instagram-сторінці «FAKTY_ICTV» 31.12.2024 р. викладено допис, який містить формулювання «А за що ви вдячні цьому року?».

Натомість у соцмережі TikTok телеканал «ICTV» використовує як множину, так і однину. Так, на сторінці «ictv.ua» 01.10.2024 р. викладено відео із фактами про серіали, яке супроводжується, зокрема, написаним реченням «Дивись вже цієї неділі (…)». У той же день з'явився анонс нового сезону шоу зі словами «Заповнюйте анкету за посиланням в біо». Загалом тексти у TikTok відіграють допоміжну роль, не лише вимагаючи тих чи інших сенсів, які цікавлять аудиторію, а й виконуючи естетичну функцію задля привертання уваги. Фахівці із креативних студій наголошують, що текстові підписи передбачують налаштування шрифтів, кольору, розміру та вирівнювання [16]. При цьому довжина написаного ще коротша, аніж

в інших соціальних мережах, адже, як пишуть Ю. Тертична, М. Любка та С. Леонова, «молодь, яка прагне отримати все негайно і без зволікань, активно використовує TikTok, швидко переглядаючи стрічку і не витрачаючи час на довгі текстові матеріали» [12].

Телеканали використовують соцмережу також для поширення позаефірних матеріалів. Так, на сторінці «24tv.ua» в ТікТок із використанням підписів з коротких речень для заохочення до віртуального спілкування («Ви знали про це?», «А у вас як з погодою») та емодзі викладено гумористичні ролики про роботу редакції, короткі відповіді ведучих про їхні вподобання чи освіту.

Кросмедійні практики в українській журналістиці також представлені створенням і просуванням аудіовізуального контенту в редакціях Інтернет-видань. Одне з найпопулярніших медіа «Українська правда», окрім стрічки новин, аналітичних статей, авторських блогів, розслідувань та інтерв'ю, оформлених у написані тексти, також пропонує відеосюжети. Розслідування відомого журналіста М. Ткача про «батальйон Монако», що викликало резонанс у соцмережах, викладено як на сайті, так і на хостингу YouTube, де робота зібрала понад 2,2 млн переглядів. На Інтернет-сторінці видання подавався текст із п'яти абзаців, вкладення з активним посиланням на відео хронометражем 35 хв. 30 сек. та скріншоти з нього. Зіставлення статті та аудіовізуального продукту свідчитиме, що основна увага при розробці теми приділялася останньому. Натомість текст із типовим для сайту заголовком «Батальйон «Монако»: УП знайшла елітних біженців на Лазурному узбережжі» слугує швидше своєрідною анотацією того, що глядач побачить у відеосюжеті практично під такою ж назвою.

Окрім цього, «Українська правда» на своєму YouTube-каналі викладає програми, які за змістом і формою відповідають телевізійному контенту й де обговорюються актуальні новини. Кросмедійні практики видання охоплюють також використання однойменного Telegram-каналу з поширенням новин у коротких текстах із посиланнями на більші публікації на сайті видання.

Просуванням контенту у месенджері на в YouTube також займається редакція популярного сайту «Oboz.ua», який, як і «Українська правда» створювався як електронне видання для публікації новин. Сьогодні медіа пропонує глядачеві аудіовізуальний продукт, у якому обговорюється інформація, що в стислій формі чи у розгорнутих аналітичних статтях подається на сторінці. Окрім цього, видання подає випуски новин, які створені за правилами телевізійного виробництва. Необхідно додати, що «Oboz.ua» також запускав окремий телеканал.

Порівнюючи тексти, якими підписують відео в YouTube дві редакції, варто відзначити, що «Oboz.ua», на відміну від «Української правди», вдається до використання «клікбейту». Так, випуск програми «Oboz.Talk» за 30.01.2025 р. підписано у такий спосіб: «РЕГУЛЯРНІ ВІДКЛЮЧЕННЯ СВІТЛА ПОВЕРТАЮТЬСЯ?! Що чекає на Україну в МОРОЗИ?». Ще одним прикладом є назва інформаційного випуску за 24.01.2025 р. словами «СКАНДАЛ із бойовими ПРЕМІЯМИ! Як командири РОЗКРАДАЮТЬ ДЕРЖАВУ». В останньому випадку формулюванню передує емодзі, яке нагадує спалах зірки.

Варіативність текстів на одну тематику простежується також при просуванні особистих брендів медійників. Частина телеведучих, окрім основної роботи, займається поширенням журналістського контенту під своїм іменем на Інтернет-платформах. Для прикладу, О. Курбанова з телеканалу «Прямий» проводить стріми в YouTube («Курбанова Live»), де з аналітиками обговорює поточні новини. Таким чином теми, які ведуча до цього представляє в телевізійному ефірі, повторюються в усному діалогічному мовленні на хостингу. Водночас О. Курбанова веде Telegram-канал, в якому викладає пости про заяви політиків, російсько-українську війну, сатиричні дописи про росіян. Н. Мосейчук, яка представляє «1+1», для поширення контенту на актуальну тематику використовує канал у YouTube і сторінку в TikTok. На першому ресурсі з'являються інтерв'ю та розмовні студії, а на другому викладається «нарізка» із них. Причому, здобувши авторитет на телебаченні, ведуча розвиває «Наталія Мосейчук» і «Nataliya Moseychuk» як автономні проєкти, адже тематика, висвітлена у YouTube TikTok може не висвітлюватися авторкою в ефірі телеканалу.

Варто додати, що українські медіа розширюють свою присутність на тих платформах, де раніше вони були не представлені. Так, на початку лютого 2025 р. видання «LB.ua», яке створювалося як електронне (сайт), повідомило, що відкриває свій канал, зокрема, у месенджері WhatsApp. Раніше там з'явилися «24 Канал» і «5 канал» задля створення безпечнішої альтернативи Telegram.

Висновки. Зростання інтересу споживачів інформації до тих чи інших Інтернет-платформ спонукає редакції «традиційних» ЗМІ активно працювати над поширенням продукту власного

виробництва каналами, які пропонує «всесвітня павутина». Доцільність кросмедійних практик підтверджується дослідження, які, зокрема, свідчать про те, смартфон став основним девайсом для споживання інформації, а месенджер Telegram серед українців залишається головним джерелом для отримання новин. «Найстаршою» платформою, яку використовують медіа одночасно з основною для себе, є хостинг YouTube. Контент-аналіз засвідчив, що виробники з-поміж телеканалів та електронних видань почасти вдаються до використання «клікбейту», написання слів великими літерами і додавання емодзі у назвах матеріалів. Беручи до уваги маркетинговий за своєю суттю підхід до створення контенту, можна допускати, що аудиторія позитивно ставиться до такого способу представлення продукту.

У Telegram представлено різні варіанти подачі інформації. По-перше, поширеними є публікації, які містять «вирізані» фрагменти телевізійних ефірів, що доповнюються написаним текстом із коротким викладом того, про що йшлося в студії. По-друге, щодня з'являються пости, які містять лише текст, інколи доповнений активним посиланням на інші платформи або світлинами чи інфографікою. Характерним для значної кількості Telegram-каналів є викладення постів з використанням напівжирного шрифту та підкреслень, які попри те, що тексти здебільшого невеликі за об'ємом, візуально увиразнюють найголовніше у повідомленні. Окрім цього, простежується тенденція до членування тексту на абзаци, між якими залишається вільний простір. У такому випадку інформація скидається на набір тез, які охоплює тема допису.

В Instagram головний зміст несе візуальна складова публікацій. Текст тут подекуди функціонує у формі написів безпосередньо на зображенні. Втім, обов'язковим він є як частина публікації відповідно до правил платформи. Об'єми написаного під фото чи відео зазвичай коротші, ніж у Telegram, інколи вони скидаються на телевізійні підводки до репортажу. Повідомлення в Instagram подаються і у Reels, де відео супроводжується субтитрами, що передають зміст повідомлення. Особливістю платформи можна вважати дружній тон спілкування із підписниками, що може проявлятися у звертаннях на «ти» та запитаннях, відповіді на які можна залишати під дописом. Водночас TikTok використовується «традиційними» ЗМІ радше як допоміжний ресурс. Текстові підписи до відео зрідка мають інформативний характер, натомість вони слугують для заохочення переглянути відео чи залишити коментар, що помітно і при аналізі контенту в Instagram.

Подальша розробка теми дозволить проаналізувати нові матеріали, які виробляють медіа, а також вдатися до глибшого аналізу специфіки виготовлення контенту для розміщення на тій чи іншій Інтернет-платформі.

Список літератури:

1. Досенко А. Кросмедійність як ознака мультиплатформних медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.* Київ, 2024. Вип. 35(74). Част. 2. С. 248–253. DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.2.2/39.

2. Женченко М. Поняття «мультимедіа», «крос-медіа», «трансмедіа» у науковому дискурсі цифрової доби. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2013. Т. 52. С. 72–75.

3. Зінссер Б. Як писати добре. Класичний посібник зі створення нехудожніх текстів. Київ : Наш формат, 2024. 296 с.

4. Мариненко І. Особливості мультимедійного мовлення. *Кросмедіа: контент, технології, перспективи* : колективна монографія / за заг. ред. В. Шевченко. Київ, 2017. С. 48–58.

5. Марків О. Медіаменеджмент і медіамаркетинг: концепти, стратегії, практики : навч. посіб. Київ : Вид-во УДУ ім. Михайла Драгоманова, 2024. 116 с.

6. Нинько Д. Найчастіше українці читають новини в Telegram – дослідження. Deutsche Welle. URL: https://www.dw.com/uk/doslidzenna-telegram-najpopularnise-dzerelo-novin-dla-ukrainciv/a-70725230 (дата звернення: 05.02.2025).

7. Пилипів І., Сливенко О. Більше ніж просто месенджер: на що перетворився Telegram в Україні та чи зможе влада його заборонити. Економічна правда. URL: https://epravda.com.ua/publications/2024/04/8/712099/ (дата звернення: 29.01.2025).

8. Поліковська Ю. Дослідження «ДМ»: Телеграм, ютуб, тікток, інстаграм – основні джерела інформації для підлітків. Детектор медіа. URL: https://ms.detector.media/internet/post/37300/2025-01-21-doslidzhennya-d-m-telegram-yutub-tiktok-instagram-osnovni-dzherela-informatsii-dlya-pidlitkiv/ (дата звернення: 17.01.2025).

9. Поліковська Ю. Ольга Тищук-Вольська: в українському ютюбі – рік подкастів, зростання реклами та шортів. Детектор медіа. URL: https://ms.detector.media/trendi/post/37141/2025-01-07-olga-tyshchuk-volska-2024-rik-v-ukrainskomu-yutubi-rik-podkastiv-zrostannya-reklamy-ta-shortsiv/ (дата звернення: 17.01.2025).

10. Поради щодо назв і обкладинок відео. YouTube Довідка. URL: https://support.google.com/youtube/answer/12340300?hl=uk (дата звернення: 28.01.2025).

11. Садівничий В. Типи, види та особливості подачі контенту кросмедіа. *Кросмедіа: контент, технології, перспективи* : колективна монографія / за заг. ред. В. Шевченко. Київ, 2017. С. 40–47.

12. Тертична Ю., Любка М., Леонова С. Просування в Тік Ток: особливості та ефективне використання даного майданчика. *Економіка та суспільство.* Мукачево, 2023. Вип. 58. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-40.

13. Трощинська Т. Ютубний фронт: клікбейт, пафос та розмови по колу. Схоже на колективний «інформаційний суїцид». Liga.net. URL: https://www.liga.net/ua/politics/opinion/yutubnyy-front-klikbeyt-pafos-ta-rozmovy-po-kolu-tse-kolektyvnyy-informatsiynyy-suitsyd (дата звернення: 28.01.2025).

14. Шаріпов О. Телебачення втрачає позиції, Telegram-канали нарощують аудиторію. Де українці дізнаються новини. Forbes. URL: https://forbes.ua/news/telebachennya-vtrachae-pozitsii-telegram-kanali-naroshchuyut-auditoriyu-de-ukraintsi-diznayutsya-novini-14112023-17240 (дата звернення: 16.01.2025).

15. Шевченко Г. Крос-медійна комунікація: конвергенція світоглядів. *Молодий вчений.* Одеса, 2019. Вип. 3(67). С. 153–156.

16. Як додати підписи до TikTok відео? Transkriptor. Сайт. URL: https://transkriptor.com/uk/captions-tiktok-video/ (дата звернення: 16.01.2025).

17. Bogvik. Твій інтернет-маркетолог. Сайт. URL: https://bogvik.net/ (дата звернення: 28.01.2025).

18. Hayes G. Social Cross Media – What Audiences Want. URL: http://www.personalizemedia.com/articles/cross-media/ (дата звернення: 16.01.2025).

19. Paluch A. Crossmedia – morze możliwości, gąszcz wyzwań. European Journalism Observatory. URL: https://pl.ejo-online.eu/dziennikarstwo-polityczne/zarzadzanie-jakoscia/crossmedia-morze-mozliwosci-gaszcz-wyzwan (дата звернення: 26.01.2025).

Zakharov V. V., Krasnenko O. L., Levko U. E. CROSS-MEDIA PRACTICES IN CONTEMPORARY UKRAINIAN JOURNALISM: PLATFORMS, TEXTS, MARKETING COMPONENT

The article is dedicated to outlining the current state of Ukrainian cross-media journalism. Disregarding the controversial topic of terminological inconsistencies, the authors focused on the definition that reflects the creation of a product for multichannel distribution, which requires the fulfillment of appropriate editorial tasks regarding both the external and internal structure of the material.

The purpose of this paper is to study the ways in which popular TV channels and electronic publications use Internet platforms. For content analysis and comparison, the authors analyzed: YouTube as a platform that "traditional" media have been using to distribute their own content for over 10 years; Telegram, which, despite its ambiguous reputation and criticism, remains the most popular source of news in Ukraine; Instagram and TikTok, which are popular primarily among the younger group of information consumers. The importance of hosting, messenger and social networks for the audience is confirmed by marketing and sociological research, as well as the number of views and subscriptions.

Due to the diversity and number of samples to be considered, attention is focused on typical and illustrative examples that demonstrate the regularities in the creation and promotion of a product on a particular Internet platform. The research focuses on the production of "1+1", "ICTV", "STB", "Priamyi", "We Are Ukraine", "Espresso", "Channel 24", and initially the electronic media "Ukraiinska Pravda" and "Oboz.ua".

In this paper, the text is considered as a marker of the transformations that a product undergoes during its distribution on the web. Given the objective, the authors took into account the verbal component of materials that are promoted on a platform other than the one that serves as the "parent" for the product. Therefore, it emphasizes the consistency of norms in the creation of texts for broadcast on TV channels and publication by electronic publications on the website.

The content analysis of cross-media practices shows that "traditional" media actively use tools that comply with the rules of a particular Internet platform and allow them to effectively promote their products.

Key words: *cross-media, TV channel, electronic publication, Internet platform, YouTube, Telegram, Instagram, TikTok.*

УДК 004.738.1:027.53.021(477.81)
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/41

Сокіл М. Б.
Національний університет «Львівська політехніка»

Мина Ж. В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ОПТИМІЗАЦІЯ КОНТЕНТУ ТА ПІДВИЩЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОСТІ САЙТІВ БІБЛІОТЕК: АНАЛІЗ СТРУКТУРИЗАЦІЇ, ДОСТУПНОСТІ ТА ІНТЕРАКТИВНОСТІ НА ОСНОВІ ЕКСПЕРТНОЇ ОЦІНКИ

У статті проаналізовано сучасні підходи до оптимізації контенту та підвищення функціональності веб-сайтів бібліотек, зокрема, з огляду на їхню структуру, доступність та рівень інтерактивності. Наголошено, що ефективність бібліотечних онлайн-ресурсів значною мірою залежить від чіткої структуризації контенту, його логічного розподілу та доступності для різних категорій користувачів. Мета статті полягає у дослідженні та аналізі ключових аспектів оптимізації контенту та підвищенні функціональності бібліотечних вебсайтів за допомогою оцінки їх логічної структури, функціонального наповнення, актуальності інформації а також доступності та інтерактивності. На основі експертної оцінки пропонуються ефективні методи вдосконалення та рекомендації, спрямовані на покращення користувацького досвіду, підвищення доступності інформаційних ресурсів та зміцнення комунікацій між бібліотеками та їхніми користувачами. У роботі аналізуються ключові аспекти вебсайтів бібліотек, такі як адаптивний дизайн, юзабіліті, та впровадження інтерактивних елементів, які сприяють залученню користувачів і розширеному спектру послуг. Доведено, що аналізуючи вебсайти за показниками, які надають Nibbler та Insite, можна визначити важливі аспекти, що впливають на загальну ефективність сайту. Результати дослідження сприятимуть підвищенню якості електронних бібліотечних послуг, покращенню користувальницького досвіду та забезпеченню швидкого доступу до інформаційних ресурсів. Зроблено висновки, що комплексний підхід до оптимізації сайтів бібліотек на основі рекомендацій Nibbler та INSITES сприятиме покращенню якості обслуговування користувачів, прискоренню доступу до інформації та підвищенню рейтингу в пошукових системах, що дозволить бібліотекам ефективніше виконувати свою місію з надання доступу до знань та культурних ресурсів в умовах цифрового світу.

Ключові слова: *функціональність вебресурсів, структуризація інформації, вебдизайн бібліотек, юзабіліті бібліотечних сайтів, SEO для бібліотек, інновації у бібліотечних вебсервісах.*

Постановка проблеми. Основними користувачами інформаційних ресурсів академічних бібліотек в Україні є здебільшого студенти та співробітники, які звертаються до них для оперативного доступу до навчальних і наукових матеріалів, а також для отримання інформації про діяльність бібліотеки. Для покращення взаємодії користувачів із ресурсами бібліотеки, необхідно адаптувати ці електронні ресурси відповідно до їхніх потреб. Це сприятиме залученню більшої кількості користувачів та покрещенню академічної освіти. Інформація на вебресурсах університетів повинна бути організована таким чином, щоб відповідати основним очікуванням користувачів, зберігаючи при цьому логічну структуру сайту. Також потрібно враховувати важливість якісного візуального оформлення таких ресурсів.

Одним із можливих підходів до підвищення доступності матеріалів бібліотеки є створення рекомендацій щодо розробки універсального шаблону для бібліотечних вебсайтів. Це обумовлено тим, що зміст ресурсів зазвичай схожий, але їх розташування та інтерфейс можуть суттєво відрізнятися на різних сайтах. Користувач, який звик до певної структури сайту, може мати труднощі з пошуком необхідної інформації на іншому ресурсі через неінтуїтивний інтерфейс. Уніфікований підхід до структурування та подання інформації на сайтах бібліотек покращить користувацький досвід. Для реалізації цього завдання пропону-

ється здійсненити аналіз електронних ресурсів бібліотек технічних ЗВО України, завдяки чому вдасться встановити сильні та слабкі сторони цих ресурсів.

Аналіз якості наповнення відповідних електронних ресурсів вебсайтів пропонується здійснити комбінованим методом, а саме за допомогою оцінки технічного стану з використанням відповідного програмного забезпечення та шляхом експертної оцінки візуальної та логічної структури досліджуваного об'єкту. Такий комплексний підхід дозволить визанчити не лише технічний стан оцінюваних ресурсів, а також їх логічну структуру, актуальність представленої інформації на ресурсі, якість наповнення інформаціними продуктами, тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сьогодні вже ні в кого не виникає сумнівів щодо важливості створення та якісного наповнення вебсайтів бібліотек як інструменту бібліотечно-інформаційного обслуговування. У цифрову епоху бібліотечні вебресурси забезпечують роль не лише інформаційних порталів, а й інтерактивних платформ, що забезпечують доступ до електронних каталогів, баз даних, освітніх матеріалів та комунікаційних сервісів [3; 7]. Так, Грогуль О. аналізує особливості побудови та функціонування вебсайтів двох вітчизняних обласних універсальних бібліотек та вказує на їх здобутки в інформаційно-аналітичній діяльності щодо створення та використання електронних інформаційних ресурсів [5]. Залишаються актуальними побажання щодо постійного оновлення інформаційного наповнення та вдосконалення структури і можливостей вебсайтів [2; 5]. На важливу роль і місце вебпорталів в діяльності бібліотек наголошують такі дослідники як Артемов Ю., Непляха О., Левченко Ж., Жабін О., Трачук Л., Соловяненко Д. [1; 6–7; 11–12]. Ковальська Л., Яворська Т. та Ковальський Г. підкреслюють переосмислення ролі і місця архівів, бібліотек, музеїв в умовах війни та наскільки вони важливі та необхідні для суспільного самоусвідомлення [9]. Новицька Т., досліджуючи хмарні технології як засіб підвищення функціонування електронної бібліотеки, вважає, що сучасними тенденціями розвитку інформатизації освіти є створення єдиного освітнього простору [10].

Вивчення різноманітних джерел дало змогу комплексно підійти до вирішення поставлених завдань та дійти основних результатів даного дослідження.

Постановка завдання. Мета статті полягає в аналізі та розробці ефективних підходів до оптимізації контенту та підвищення функціональності бібліотечних вебсайтів через дослідження їх структури, доступності та інтерактивності.

Постановка завдання полягає в аналізі технічних засобів для проведення дослідження та експертній оцінці досліджуваних ресурсів, яка передбачає залучення працівників бібліотек та потенційних користувачів.

Виклад основного матеріалу. При виборі конкретного засобу для опрацювання аналітики потрібно відштовхуватися від даних, які вони моють надати. Існують різноманітні програмні засоби для дослідження якісних характеристик вебресурсів, їх технічного стану, позицій в пошукових сервісах, продуктивності, швидкості завантаження та інших показників. Так, Nibbler призначений для аналізу сайтів на предмет технічних помилок, SEO, доступності та використання. Insite використовують для аналізу технічних аспектів сайту, SEO, доступності та продуктивності. Lighthouse призначений для аналізу якості сайтів. GTmetrix оцінює швидкість завантаження вебсайту, дає рекомендації щодо покращення продуктивності та детальний звіт про технічні аспекти сайту, зокрема JavaScript, CSS та зображення.

Кожний з цих сервісів має свої переваги та недоліки. Для достовірнішого трактування результатів доцільно скористатися кількома ресурсами, які мають подібний набір інструментів та співставити отримані результати.

Враховуючи технічні та фінансові обмеження, особливості функціонування та показники, які можна отримати, авторами обрано Nibbler, Insite для аналізу технічного стану сайтів бібліотек.

Аналізуючи вебсайти за показниками, які надають Nibbler та Insite, можна визначити багато важливих аспектів, що впливають на загальну ефективність сайту. За різними показниками можна встановити, перш за все, SEO (Пошукова оптимізація), тобто чи сайт належним чином оптимізований для того, щоб його знаходили користувачі через пошукові системи. Це можна встановити на основі правильного використання метатегів, ключових слів, структури заголовків (H1, H2), які впливають на індексацію сайту.

Аналіз ключових слів і текстового контенту допомагає зрозуміти, наскільки сторінки сайту відповідають запитам користувачів. Перевірка внутрішніх і зовнішніх посилань дозволяє оцінити наскільки коректно сайт структурований і як це впливає на його авторитет у пошукових системах.

Щодо доступності (Accessibility), то має бути відповідність стандартам WCAG, що показують, наскільки сайт доступний для людей з обмеженими можливостями, наприклад, користувачів, які застосовують екранні рідери. Це впливає на ширшу аудиторію та відповідність законодавчим вимогам у деяких країнах. Відсутність alt-тегів на сайті для зображень, впливає на користувачів з вадами зору, а також на SEO, оскільки пошукові системи використовують ці теги для індексації зображень. Перевірка читомості тексту, кольорів і шрифтів може допомогти виявити проблеми з дизайном, які ускладнюють сприйняття інформації для всіх користувачів.

До важливих показників належить мобільна оптимізація. За допомогою аналізу мобільної сумісності можна визначити чи сайт правильно відображається на смартфонах і планшетах, адже пошукові системи, такі як Google, враховують мобільну адаптивність під час ранжування сайтів.

Важливим фактором для користувацького досвіду є швидкість завантаження. Повільне завантаження сайту на мобільних пристроях призводить до втрати відвідувачів. Методи, які покращують продуктивність (кешування, стиснення зображень, мінімізація JavaScript та CSS) допомагають зробити сайт швидшим і легшим для використання.

Наявність SSL-сертифіката (HTTPS) − важливий аспект безпеки, особливо, якщо на сайті є форми для введення персональних даних. Сайти без HTTPS вважаються небезпечними і можуть бути понижені у пошуковій видачі.

Загалом, аналіз цих показників допомагає зробити сайт більш доступним, швидшим та зручнішим для користувачів, що також позитивно впливає на його ранжування у пошукових системах.

Таким чином, обидва сервіси надають комплексну оцінку сайту з точки зору SEO, доступності, продуктивності та технічних характеристик, що дозволяє виявити недоліки та отримати рекомендації для їх виправлення. Ці показники дозволяють отримати глибоке розуміння стану інформаціних ресурсів та можливі напрямки їх вдосконалення, визначити контент, який може бути найбільш ефективним для привернення уваги користувачів, тощо. Аналіз цих даних дозволяє виявити сильні та слабкі сторони ресурсу, а також визначити напрямки його оптимізації.

Технічний аналіз здійснювався з використанням програмних продуктів INSITES та Nibbler. Для цього передбачено використання багатьох критеріїв. Виходячи з особливості функціонування та призначення ресурсів, обрано такі критерії, як валідація HTML та CSS (перевірка на відповідність стандартам та виявлення помилок у коді); швидкість завантаження сторінок; оптимізація зображень; мобільна оптимізація; рейтинг (комплексна оцінка якості вебсайту, виражена в балах); рекомендації; якість контенту (аналіз унікальності та релевантності текстового контенту); інтеграція з соціальними мережами.

Автори статті комплексно дослідили вебресурси бібліотек ЗВО України, які готують фахівців за технічними спеціальностями. До них належать: Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського» (НТУУ КПІ); Національний університет «Львівська політехніка»; Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» (НТУ ХПІ); Харківський національний університет радіоелектроніки (ХНУРЕ); Національний технічний університет «Дніпровська політехніка» (НТУ «ДП»); Національний авіаційний університет (НАУ); Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» (ХАІ); Вінницький національний технічний університет (ВНТУ); Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя (ТНТУ) та Донецький національний технічний університет (ДонНТУ).

За результатами аналізу отриманих даних, сформовано оцінку досліджуваних ресурсів. Для інтерпретації результатів оцінки використано наступну шкалу:

0–19: Дуже низька якість
20–39: Низька якість
40–59: Середня якість
60–79: Хороша якість
80–89: Дуже хороша якість
90–100: Відмінна якість

Рейтинг якості технічного стану досліджуваних ресурсів, зроблений за результатами оцінки INSITES та Nibbler (див. рис. 1).

Виходячи з цього технічний стан ресурсів можна вважати задовільним, проте він далекий від ідеального.

Експертна оцінка предбачала залучення працівників бібліотеки та потенційних користувачів. Якість оцінювалася за трьома критеріями:

«0» − погана якість запропонованого критерію або його відсутність;

«1» − середня якість запропонованого критерію;

«2» − висока якість запропонованого критерію.

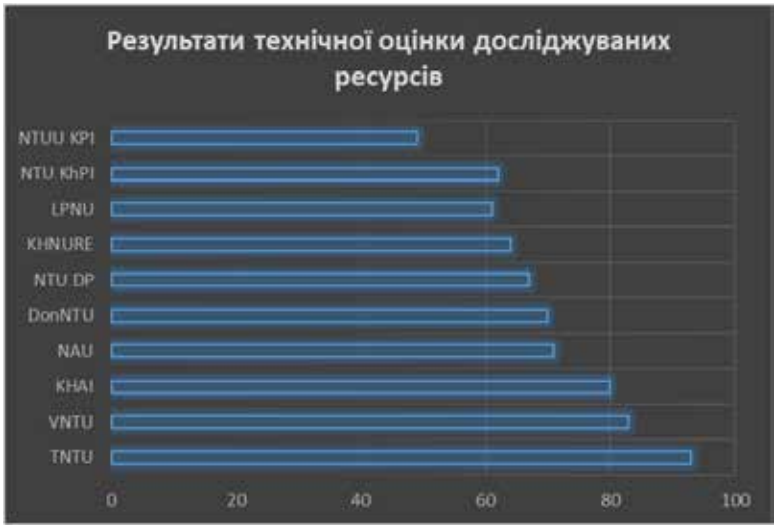


Рис. 1. Рейтинг опрацьованих ресурсів, за результатами технічної оцінки з допомогою INSITES та Nibbler

Після оцінки всі бали підсумовувалися, що дозволило визначити рейтинг ресурсів за зручністю користування. За результатами опрацювання цих даних отримано експертні оцінки (див. рис. 2).

Як видно з представленої діаграми, найгіршу позицію дані ресурси мають відносно адаптації для людей з обмеженими можливостями. Натомість актуальність представленої інформації можна вважати достатньо добре реалізованою.

Внаслідок даного дослідження вдалося встановити, що жоден з запропонованих ресурсів не отримав оцінку «Відмінна якість».

Оцінка продуктивності та швидкості завантаження. За результатами INSITES, однією з основних проблем більшості бібліотечних сайтів є повільна швидкість завантаження сторінок, що негативно впливає, як на користувачів, так і на SEO. Для покращення продуктивності рекомендується стиснення зображень, мінімізація CSS та JavaScript, впровадження кешування та використання Content Delivery Network (CDN). Ці заходи можуть суттєво скоротити час завантаження сторінок, особливо для користувачів з різних регіонів та пристроїв.

Оцінка доступності та адаптивності. Аналіз з Nibbler показав, що багато сайтів бібліотек не повністю оптимізовані для мобільних пристроїв та не забезпечують належну доступність для користувачів з обмеженими можливостями. Впровадження адаптивного дизайну, що коригується під різні розміри екранів, забезпечить кращий доступ до бібліотечних ресурсів для широкого кола користувачів. Окрім того, додавання текстових альтернатив для зображень та покращення навігації за допомогою клавіатури зробить сайти більш інклюзивними.

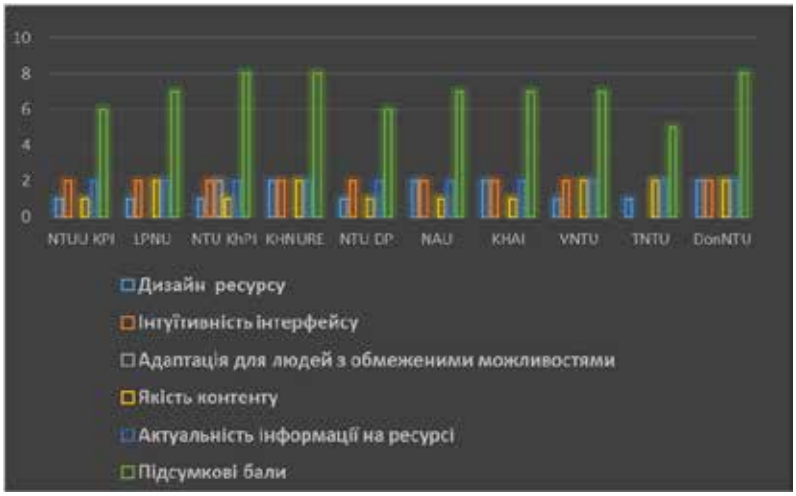


Рис. 2. Результати експертної оцінки досліджуваних ресурсів

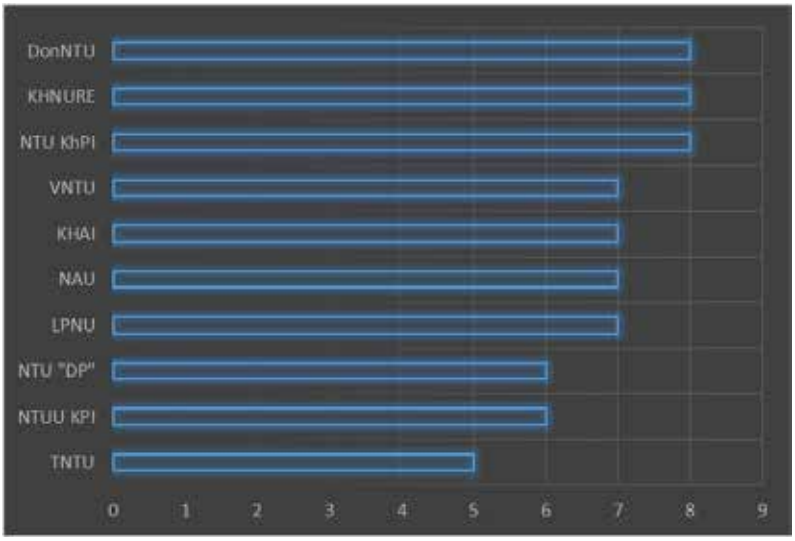


Рис. 3. Рейтинг досліджуваних ресурсів за результатами експертної оцінки

SEO оптимізація. Обидва інструменти вказали на необхідність покращення SEO-структури сайтів бібліотек. Це включає використання метатегів, оптимізацію заголовків H1-H2, додавання чітких описів та ключових слів на сторінки. Покращення видимості в пошукових системах забезпечить ширший доступ до бібліотечних ресурсів для користувачів.

Соціальна інтеграція. Згідно з рекомендаціями Nibbler, сайти бібліотек мають обмежену інтеграцію з соціальними мережами. Додавання кнопок для швидкого поширення контенту та посилання на соціальні платформи дозволить покращити комунікацію з користувачами та розширити аудиторію бібліотек.

За результатами експертної оцінки якості наповнення сайтів бібліотек було виявлено низку важливих аспектів, що впливають на ефективність використання цих ресурсів для користувачів. Основними напрямками, що потребують покращення, є структуризація контенту, доступність інформації та її актуальність. Важливо, щоб інформація на сайтах бібліотек була логічно структурованою та легко доступною для користувачів. Відсутність чіткої навігації та категоризації матеріалів ускладнює пошук необхідної інформації. Експерти рекомендують впровадження більш інтуїтивної структури розділів та підрозділів, що дозволить користувачам швидко знаходити потрібні ресурси та послуги. Для збереження актуальності сайту і підвищення рівня користування бібліотечними ресурсами, експерти наголошують на необхідності регулярного оновлення контенту, зокрема бібліографічних описів, подій, новин та інформації про наявні послуги.

Важливим аспектом є забезпечення доступності сайтів для користувачів з різними потребами. Недостатньо уваги приділяється адаптації контенту для людей з обмеженими можливостями, що вимагає впровадження стандартів доступності (WCAG), зокрема текстових альтернатив для зображень, простоти навігації та відповідного контрасту для зручності читання.

Експертна оцінка виявила недостатню інтеграцію онлайн-сервісів, таких як каталоги, система замовлення та резервування книг, доступ до електронних баз даних та бібліотечних ресурсів. Розширення цих функцій забезпечить кращий доступ до інформації та підвищить ефективність роботи бібліотек у цифровому середовищі.

Висновки. Експертна оцінка показала, що для підвищення якості наповнення сайтів бібліотек необхідні покращення в структуризації, актуальності та доступності контенту. Регулярне оновлення інформації, використання сучасних мультимедійних технологій та інтеграція інтерактивних сервісів сприятимуть підвищенню ефективності сайтів бібліотек та покращенню користувацького досвіду. Це забезпечить бібліотекам більш широкий доступ до своїх ресурсів і допоможе виконувати їхню місію у сучасному цифровому світі.

Комплексний підхід до оптимізації сайтів бібліотек на основі рекомендацій Nibbler та INSITES сприятиме покращенню якості обслуговування користувачів, прискоренню доступу до інформації та підвищенню рейтингу в пошукових системах. Бібліотеки зможуть ефективніше виконувати свою місію з надання доступу до знань та культурних ресурсів в умовах цифрового світу.

Список літератури:

1. Артемов Ю., Непляха О., Левченко Ж. Роль і місце веб-порталу в діяльності наукової бібліотеки. *Бібліотечний форум України*. 2006. № 2. С. 19–21.
2. Білущак Т., Комова М., Мина Ж. Віртуальний інформаційний простір архівних та бібліотечних установ. Матеріали 5-ї Міжнародної наукової конференції ІКС «Інформація, комунікація, суспільство 2016». Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2016. С. 322–323.
3. Галицька С. Представлення структури галузевих розділів на сайтах національних бібліотек на прикладі ветеринарних наук. *Бібліотечний вісник*. Київ. 2024. Вип. 3. С. 79–91. DOI: https://doi.org/10.15407/bv2024.03.079 file:///C:/Users/zhann/Downloads/bv_2024_3_9.pdf (дата звернення: 16.02.2024).
4. Галицька С. В. Зв'язок бібліотечних класифікацій з електронним каталогом на сайтах національних бібліотек. Вісник Книжкової палати. 2023. №. 4. С. 28–35. DOI: 10.36273/2076-9555.2023.4(321).28-35
5. Грогуль О. Аналіз веб-сайтів обласних бібліотек (на прикладі Рівненської державної обласної бібліотеки та Кіровоградської обласної універсальної наукової бібліотеки імені Д. І. Чижевського). *Вісник Львівського ун-ту*. Серія книгозн. бібліот. та інф. технол. 2012. Вип. 7. С. 172–181. URL: https://surl.li/sgvjol (дата звернення: 15.02.2024).
6. Жабін О. Вебометричні дослідження бібліотечних сайтів України. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2013. Вип. 37. С. 197–205. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/everlib/item/er-0000001598 (дата звернення: 15.02.2024).
7. Жабін О. Трансформація веб-сайта НБУВ у науково-інформаційний портал України. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2005. Вип. 14. С. 199–204.
8. Ismayilov, N., & Khalafova, S. Library Sites That Provide Information to Users (Based on Domestic and Foreign Library Experience). *Grani,* 2022. Вип.25 (2). С. 22–28. DOI: 10.15421/172219. URL:
https://grani.org.ua/index.php/journal/article/view/1757/1725 (дата звернення: 18.02.2024).
9. Ковальська Л., Яворська Т., Ковальський Г. Документно-інформаційні ресурси архівів, бібліотек і музеїв: цифрові трансформації та виклики війни. *Бібліотечний вісник.* Київ. 2024. Вип. 4. С. 3–18. DOI: https://doi.org/10.15407/bv2024.04.003.
10. Новицька Т. Л. Хмарні технології як засіб підвищення функціонування електронної бібліотеки. URL: http://lib.iitta.gov.ua/10477/1/Novichka_tezu2015%20%E2%84%961.pdf. (дата звернення: 05.02.2025).
11. Соловяненко Д. В. Онлайновий бібліотечний сервіс як один із видів бібліотечного сервісу. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2003. Вип. 11. С. 200–222.
12. Трачук Л. Електронні бібліографічні ресурси на сайтах бібліотек вищих навчальних закладів України. *Вісник Львівського університету*. Серія книгознавство, бібліотекознавство та інформаційні технології. Львів, 2009. Вип. 4. – С. 153–166.

Sokil M. B., Myna Zh. V. PRESENTATION OF THE ACTIVITIES OF LOGISTICS COMPANIES OF UKRAINE ON THE INSTAGRAM SOCIAL NETWORK

The article analyzes modern approaches to optimizing content and improving the functionality of library websites, in particular, considering their structure, accessibility, and level of interactivity. It is emphasized that the effectiveness of library online resources largely depends on the clear structuring of content, its logical distribution, and accessibility for different categories of users. The purpose of the article is to study and analyze key aspects of content optimization and enhancing the functionality of library websites by assessing their structuring, accessibility, and interactivity. Based on expert assessment, effective improvement methods and recommendations are proposed aimed at improving the user experience, increasing the accessibility of information resources, and strengthening communications between libraries and their users. The paper analyzes key aspects of library website design, such as responsive design, usability, search engine optimization (SEO), and the implementation of interactive elements that contribute to user engagement and an expanded range of services. It is proven that by analyzing websites using indicators provided by Nibbler and Insite, it is possible to identify important aspects that affect the overall effectiveness of the site. The results of the study will contribute to improving the quality of electronic library services, improving the user experience and ensuring quick access to information resources. It was concluded that a comprehensive approach to optimizing library websites based on the recommendations of Nibbler and INSITES will contribute to improving the quality of user service, accelerating access to information and increasing rankings in search engines, which will allow libraries to more effectively fulfill their mission of providing access to knowledge and cultural resources in the digital world.

Key words: *functionality of web resources, information structuring, library web design, usability of library websites, SEO for libraries, innovations in library web services.*

УДК 316.77:[659.4:378
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/42

Теребус О. Л.
Волинський національний університет імені Лесі Українки

ВИКОРИСТАННЯ ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У статті розглянуто використання ПР для просування закладів вищої освіти. Загострення конкуренції на ринку освітніх послуг змушує заклади вищої освіти використовувати різні інструменти, методи та заходи для налагодження комунікації та рекламування самих навчальних закладів та послуг, які вони надають. Паблік рілейшнз є досить ефективним інструментом формування інформаційного простору, налагоджує виробничі відносини, взаємовідносини між колегами, стейкхолдерами, покращує контакти з медіа.

Зв'язки з громадськістю покликані оцінювати ставлення суспільства до виконання програмної діяльності, встановлюють та підтримують взаємовигідні відносини між закладом вищої освіти та громадськістю в цілому. Важливою складовою ПР є система комунікацій, спрямована на організацію громадської думки в бажаному для вищого навчального закладу напрямку.

Найчастіше для просування у закладах вищої освіти використовують такі ПР-прийоми, як підготовка необхідної інформації для преси та телебачення, організація прес-конференцій, робота з абітурієнтами, зі стейкхолдерами, іншими представниками освітнього процесу, а популярними інструментами є корпоративні видання, фірмовий стиль, традиції, заходи, офіційний сайт навчального закладу, офіційні сторінки в соціальних мережах, сувенірна продукція тощо.

Ми проаналізували формування позитивного іміджу, значення web-сайту та соціальних мереж Волинського національного університету імені Лесі Українки для успішного просування на ринку освітніх послуг.

З'ясували, що завдяки успішно організованій роботі ПР встановлюється ефективна співпраця з громадськістю та формування й зміцнення позитивної громадської думки про заклад освіти та якість його освітніх послуг, а комплексні заходи ПР сприяють підвищенню авторитету вищого навчального закладу та створенню його позитивного іміджу, завдяки чому підвищується конкурентоздатність на ринку, приваблюються споживачі послуг та партнери, збільшується кількість послуг тощо.

Ключові слова: *ПР, позитивний імідж, комунікація, інформаційно-комунікаційні технології, web-сайт, соціальні мережі.*

Постановка проблеми. Український ринок послуг з надання вищої освіти досить розвинений та конкурентний. Заклади вищої освіти борються за увагу абітурієнтів, за першість у рейтингах тощо, використовуючи при цьому різні інструменти. За допомогою ПР-діяльності можна посісти певне місце в рейтингах, спілкуватися зі споживачами освітніх послуг, зацікавлювати абітурієнтів. Навчальні заклади повинні активно формувати власний імідж. В підготовці всіх необхідних видів робіт безпосередню участь беруть інформаційні відділи, відділи зв'язків з громадськістю закладів вищої освіти. Автор спробувала розглянути проблеми крізь призму підготовки фахівців реклами та зв'язків з громадськістю спеціальності «Журналістика».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Напрямки популяризації освітніх послуг, роль зв'язків з громадськістю, методи ПР у системі управління маркетингових комунікацій закладів освіти, формування іміджу розглядали науковці І. Дибач, І. Жарська, О. Зеркіна, Н. Крахмальова та інші. Окремі прикладні аспекти організації ПР-діяльності в сфері освітніх послуг, особливості маркетингових комунікацій розглядали І. Дейнега, Ю. Радзіховська та інші. Загалом ПР досліджували В. Королько, Г. Почепцов, О. Романовський й ін. Варто зазначити, що переважна більшість досліджень та публікацій орієнтована на фахівців економічних наук, маркетингу.

Постановка завдання. Метою статті є проаналізувати використання ПР для просування закладів вищої освіти.

Виклад основного матеріалу. Важливим засобом просування освітніх послуг є комуніка-

ції, а саме паблік рілейшнз як один із основних інструментів. Ефективно налагоджені зв'язки з громадськістю працюють не тільки для навчального закладу, а й для споживачів освітніх послуг. У сучасній науці існує досить багато визначень ПР – це й функція управління, система теоретичних знань і практики їх застосування, взаємовідносини між організацією і громадськістю та інше.

Паблік рілейшнз – «інструмент формування інформаційного простору… ПР – це системний термін, який об'єднує безліч завдань і функцій: комунікації, суспільні взаємини, виробничі відносини, взаємовідносини між співробітниками, контакти зі споживачами, замовниками, …міжнародні відносини, процес управління проблемами, зв'язки з мас-медіа, контакти з пресою, просування, паблісіті, підготовку публічних виступів. Генеральна мета ПР – формування ситуації успіху фірми в суспільстві» [11, с. 5–6].

Основні цілі ПР тісно пов'язані з завданнями та функціями, серед яких позиціонування об'єкта ПР, підвищення іміджу, антиреклама, контрреклама, вивчення впливу зовнішнього середовища на діяльність організації тощо [11]. Зв'язки з громадськістю виконують функцію управління, що покликана оцінювати ставлення суспільства до виконання програмної діяльності, встановлює та підтримує взаємовигідні відносини між закладом вищої освіти та громадськістю в цілому. Важлива складова маркетингових комунікацій паблік рілейшнз – спеціальна система комунікацій, спрямована на організацію громадської думки в бажаному для вищого навчального закладу напрямку для успішного функціонування та підвищення репутації закладу вищої освіти в суспільстві.

Дослідниця І. Дибач у статті «Напрямки PR в сфері освітніх послуг» пропонує наступне визначення ПР: «PR в сфері освіти як діяльність із вивчення та створення інформаційних нагод та інформації оператором ринку освітніх послуг з метою цілеспрямованого формування бажаної громадської думки та з урахуванням інтересів громадськості» [2].

У закладах вищої освіти найчастіше використовують такі ПР-прийоми, як підготовка необхідної інформації для преси та телебачення, організація прес-конференцій, робота з абітурієнтами, зі стейкхолдерами, іншими представниками освітнього процесу. Популярні інструменти: корпоративні видання, фірмовий стиль, традиції, заходи, офіційний сайт навчального закладу, офіційні сторінки в соціальних мережах, сувенірна продукція тощо.

Завдяки успішно організованій роботі ПР встановлюється ефективна співпраця з громадськістю та формування й зміцнення позитивної громадської думки про заклад освіти та якість його освітніх послуг. Комплексні заходи ПР сприяють підвищенню авторитету вищого навчального закладу та створенню його позитивного іміджу, завдяки чому підвищується конкурентоздатність на ринку, приваблюються споживачі послуг та партнери, збільшується кількість послуг тощо.

Кожен сучасний навчальний заклад залучений до ПР, адже важливо налагоджувати відносини між закладом вищої освіти та громадськістю для того, щоб досягнути стратегічних цілей. Фахівці з ПР виступають посередниками між ЗВО та суспільством, бо контактують з представниками різних установ і завдяки своїм знанням з комунікацій відіграють об'єднуючу роль. Науковиця М. Зацерківна, систематизувавши думки інших дослідників, виокремила найважливіші напрями організації ПР закладів вищої освіти: загальна комунікація ЗВО (внутрішня та зовнішня); встановлення й підтримка стійких зв'язків із засобами масової інформації; переконання цільових аудиторій у надійності послуг; лобізм; консультування [4].

Важливе місце відводиться внутрішній комунікації – переконанні працівників «у неповторності освітнього закладу, почуття гордості та відповідальності за нього» [4], для забезпечення чого необхідне проведення заходів, що сприяють встановленню хороших стосунків між керівниками та підлеглими, надання соціальних пільг працівникам, підтримка зразкової репутації керівника у суспільстві, матеріальні стимули [4]. Зовнішня комунікація працює над створенням образу закладу вищої освіти в очах громадськості.

Волинський національний університет імені Лесі Українки є класичним закладом вищої освіти, добре знаним і в регіоні, і в Україні. Для свого просування та підвищення конкурентоздатності на ринку освітніх послуг навчальний заклад через різні ресурси (ЗМІ, Інтернет, рекламу) інформує громадськість про позитивні зміни в організації забезпечення якості вищої освіти, дотримання академічної доброчесності, дуальну освіту, забезпечення широких можливостей для саморозвитку та самореалізації студентів, розвиток програми «Подвійний диплом», розширення кількості спеціальностей та освітньо-професійних програм, відкриття нових актуальних програм тощо. «Університет показує гарні темпи розвитку: за останні роки в рейтингу «Топ 200 Україна» піднявся з 75 позиції на 24, за світовим рейтингом

«Webometrics» – зі 124 місця 19, за консолідованим рейтингом ЗВО України – з 37 позиції на 17» [8].

Позитивний імідж закладу вищої освіти залежить від низки факторів: «якості освіти, що надається; відгуків роботодавців про випускників певного ВНЗ; рівня науково-інноваційної діяльності; рівня міжнародної співпраці» [6]. Для формування позитивного іміджу важливо використовувати всі засоби, в тому числі й ПР-технології, завдяки яким можна вирішити ряд проблем: «забезпечувати керівництво організації інформацією про громадську думку і надавати йому допомогу у розробці відповідних заходів, забезпечувати діяльність керівництва в інтересах громадськості; підтримувати його в стані готовності до різних змін шляхом завчасного передбачення тенденцій, використовувати дослідження і відкрите спілкування в якості основних засобів діяльності» [5].

Хоча інструменти ПР працюють на імідж навчального закладу досить побічно, варто зауважити, що такі «ПР-кампанії називають непрямою рекламою, яка сприяє зростанню довіри, поліпшення репутації і в результаті росту фінансових і нефінансових результатів діяльності університету» [5].

Широкі можливості для підвищення ефективності освітньої діяльності вищого навчального закладу та формування його зовнішнього образу надає використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Інформаційна інфраструктура навчального закладу є одним з важливих факторів якості інформаційного забезпечення.

Інформаційно-комунікаційний супровід Волинського національного університету імені Лесі Українки здійснює відділ інформаційної політики. Завдяки злагодженій роботі професіоналів навчальний заклад позиціонується в інфопросторі як потужний освітній осередок Волині та України.

Діяльність відділу спрямована на підготовку пресрелізів й анонсів подій, що відбудуться найближчим часом в Університеті; підготовку повідомлень про діяльність Університету для ЗМІ; організацію пресконференцій, брифінгів, виступів у медіа ректора та адміністрації; співпрацю з регіональними та загальноукраїнськими масмедіа; щоденне ведення моніторингу ЗМІ; промоцію офіційних соцмереж Університету; розробку сценаріїв для відеосюжетів про діяльність Університету; виготовлення відеопродукції; консультування студентів; ведення офіційного вебсайту тощо [9]. Все вищеназване є потужним інструментарієм для реалізації ПР-активності ЗВО.

Важливим інструментом позиціювання закладу вищої освіти в інформаційно-комунікаційному середовищі є офіційний web-сайт, на сторінках якого міститься інформація для кожної цільової аудиторії (програмні документи ЗВО, інформація про організацію навчального процесу, освітні програми, інформація про науково-педагогічних працівників, міжнародні перспективи тощо).

Офіційний сайт ВНУ імені Лесі Українки максимально динамічний, глибоко інформативний, зручний та простий у використанні, оперативно оновлюваний інформаційний ресурс, спрямований на формування іміджу навчального закладу, на сприяння ефективній роботі і взаємодії співробітників, студентів, абітурієнтів, наукових партнерів.

Структура офіційного сайту ВНУ імені Лесі Українки характеризується функціональністю, системністю, зручністю та зрозумілістю інтерфейсу, логічністю розміщення ресурсів. Окрім офіційного сайту ВНУ в Інтернет-мережі представлені й усі факультети університету, тобто є офіційні сторінки факультетів, які також функціональні та зручні в користуванні. На них можна знайти багато цікавої інформації про життя колективу, інформацію про кафедри, Дні науки, Дні відкритих дверей, особливості проходження виробничих та навчальних практик, різні заходи, поїздки та інше.

Основним призначенням сайту є надання користувачам максимальної інформації про діяльність організації чи установи. Сайт освітньої організації забезпечує «матеріалізацію освітніх послуг і продуктів освітньої діяльності» [1]. Абітурієнти навчального закладу до початку навчання за інформацією з сайту оцінити обраний заклад не можуть. І тому їм у цьому могли б допомогти матеріали іншого плану. Для закладів вищої освіти є важливим «розміщення на сайті віртуальних екскурсій навчальними аудиторіями, територією студмістечка, їдальні, бібліотеки тощо, можливості віртуально відвідати музей освітньої організації» [1]. Такий вид промоції закладу вищої освіти, який, зробивши один раз, можна використовувати впродовж довгого часу, підвищуватиме його конкурентоспроможність на ринку освітніх послуг.

Дослідниця І. Дейнега, проаналізувавши якість сайтів вищих навчальних закладів Рівненської області, для покращення якості та підвищення їх інформаційної насиченості пропонує адаптувати сайт закладу вищої освіти до потреб цільової аудиторії, «інформація на сайті повинна весь час оновлюватись, оскільки інакше втрачається зв'язок

із цільовою аудиторією; всі рубрики та вкладки повинні бути інформаційно змістовними, повними та технічно доступними; контакти з випускниками повинні насамперед інформувати абітурієнтів про успіхи випускників; обов'язковим є розміщення на сайті програми, яка могла б дати змогу відвідувачам здійснювати віртуальні екскурсії територією ВНЗ (фото-, відеогалереї); має бути передбачена можливість зворотного зв'язку» [1].

Соціальні мережі, як елемент швидкої та якісної комунікації, також повинні бути наповнені рекламною інформацією про ЗВО для його популяризації. Інформація у Facebook, Telegram та в інших мережах має бути корисною для абітурієнтів та їх батьків, має зацікавити їх, аби й надалі вони вивчали публікації і реагували на них. Адже вибір навчального закладу відбувається впродовж довгого проміжку часу. Соціальні мережі Волинського національного університету є потужною комунікаційною платформою.

Позитивним аспектом для просування закладу вищої освіти є й те, що нині практично всі керівники навчальних закладів, проректори, декани, керівники підрозділів мають сторінки в соціальних мережах, що спрощує комунікацію між керівництвом та студентами закладу та дозволяє швидко реагувати на все, що відбувається всередині та зовні.

Мережа Інтернет є одним із найпоширеніших каналів комунікації, що дає можливість: «фокусувати вплив на конкретну вузькопрофільну цільову аудиторію, в якій зацікавлена організація; виділяти підгрупи у цільовій аудиторії для складання більш персоналізованих PR-звернень; урахувати індивідуальні особливості та характеристики кожного відвідувача мережі (використання мережевої розсилки) [10].

Для побудови успішної комунікації в мережі інтернет дослідниця І. Жарська виокремлює кілька принципів, яких потрібно дотримуватися: комплексність, системність, корисність інформації, висока якість графіки та поліграфічної продукції, уважність та турботливість [3]. Комплексність, як один з принципів успішної комунікації, передбачає використання всіх інструментів інтернет-комунікацій (офіційний сайт, соціальні мережі Fasebook й Instagram, Telegram, різні види реклами). Важливо, щоб усі інструменти були взаємопов'язаними та доповнювали один одного. Також потрібно враховувати цільову аудиторію, адже кожна соціальна мережа має свою специфіку й орієнтована на різні вікові групи [3].

Можна стверджувати, що за «умови побудови системних комунікацій з абітурієнтами на основі запропонованих вище принципів соціальні мережі дають змогу залучати велику кількість абітурієнтів і значно збільшувати кількість вступників до навчального закладу» [3].

Завдяки новим Інтернет-технологіям швидко отримують визнання нові ПР-платформи, як-то блоги, дискусійні форуми, RSS-канали, підкастинги, електронна пошта та ін. за рахунок глобальності, оперативності та інтерактивності.

Ще одним ефективним інструментом ПР, який варто застосовувати для просування закладів вищої освіти є різні event-заходи: постійна робота зі студентами, з роботодавцями, круглі столи, науково-практичні конференції, семінари, зустрічі з випускниками, дні відкритих дверей [5]. Чи не весь цей арсенал задіяний у ВНУ імені Лесі Українки. Дні відкритих дверей, Ярмарки професій, Всеукраїнські та міжнародні науково-практичні конференції, Літні школи, спортивні змагання, благодійні акції та інші заходи, спрямовані на просування навчального закладу на ринку освітніх послуг.

Висновки. Отже, загострення конкурентної боротьби між закладами вищої освіти, зниження кількості абітурієнтів, запити від ринку праці, безпекова ситуація та ряд інших причин зумовили розширення зв'язків навчальних закладів з громадськістю. Ми з'ясували, що завдяки інструментам ПР створюються інформаційні приводи, вдосконалюються канали комунікації закладів вищої освіти для просування себе на ринку освітніх послуг й важливу роль у цьому процесі виконують інформаційні відділи, відділи інформаційної політики, зв'язків з громадськістю тощо навчальних закладів. Оголошена тема має перспективи подальшого дослідження крізь призму журналістикознавства

Список літератури:

1. Дейнега І. Організація комунікацій освітніх організацій та їх стейкхолдерів в Інтернет-мережі. *Вісник Одеського національного університету. Економіка.* Т. 22. Вип. 10. С. 113–117. URL: http://nbuv.gov.ua/ UJRN/ Vonu_econ_2017_22_10_25_

2. Дибач І. Напрямки PR в сфері освітніх послуг. *Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки.* 2012. Вип. 6. С. 148–151. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ vkpnuen_2012_6_35.

3. Жарська І. Digital-маркетинг закладів вищої освіти. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Економіка і управління.* С. 106–112. URL: https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31_70_6/20.pdf

4. Зацерківна М. Особливості застосування PR-технологій у закладах вищої освіти сфери культури. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері.* 2022. Т. 5. № 1. С. 31–41. http://infotech-soccult.knukim.edu.ua/article/view/261284/257813

5. Зеркіна О. Формування іміджу ВНЗ з використанням ПР-технологій. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Економіка і менеджмент.* 2013. Вип. 5. С. 68–73. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2013_5_16

6. Киричок А. Використання нових медіа у формуванні іміджу ВНЗ. *Вісник книжкової палати.* 2015. № 2. С. 42–44. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2015_2_13

7. Крахмальова Н. Роль паблік рілейшнз у просуванні послуг на ринку освіти України. URL: https://surl.li/shnitd

8. Офіційний сайт Волинського національного університету імені Лесі Українки. https://surl.gd/vsrmmw

9. Положення про відділ інформаційної політики Волинського національного університету імені Лесі Українки. URL: https://surl.li/yxtlnv

10. Радзіховська Ю. Функціонування PR-технологій та реклами в Інтернеті. *Економіка і суспільство.* Вип. 12. 2017. С. 315–318.

11. Романовський О. Основи паблік рилейшнз: навч.-метод. посібн. Х.: НТУ «ХПІ», 2015. – 176 с.

Terebus O. L. USE OF PUBLIC RELATIONS FOR PROMOTING HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

The article examines the use of public relations (PR) in promoting higher education institutions. The intensification of competition in the educational services market compels higher education institutions to employ various tools, methods, and measures to establish communication and promote both the institutions themselves and the services they provide. Public relations serve as an effective instrument for shaping the information space, fostering professional relationships, strengthening interactions among colleagues and stakeholders, and improving media relations.

Public relations aim to assess public perceptions of institutional activities and establish mutually beneficial relationships between higher education institutions and the public. A key component of PR is a communication system designed to shape public opinion in a manner favorable to the institution.

The most commonly used PR techniques in higher education institutions include preparing press and television materials, organizing press conferences, engaging with prospective students and stakeholders, and collaborating with other participants in the educational process. Popular PR tools include corporate publications, branding elements, traditions, events, the institution's official website, social media pages, and promotional materials.

This study analyzes the formation of a positive image and the significance of the website and social media presence of Lesya Ukrainka Volyn National University for successful promoting educational services.

The findings indicate that well-organized PR efforts facilitate effective public engagement, strengthen positive public perception of the institution and the quality of its educational services, and contribute to enhancing the institution's reputation. Comprehensive PR initiatives help build a positive institutional image, improve competitiveness in the education market, attract prospective students and partners, and expand the range of services offered.

Key words: *PR, positive image, communication, information and communication technologies, website, social media.*

УДК 316.774:004.738.5:316.334.56
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/43

Панченко Л. Ф.
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Алданькова Г. В.
Державний торговельно-економічний університет

Яцюк Д. В.
Державний торговельно-економічний університет

ДИДЖИТАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТРАНСФОРМАЦІЯХ СУСПІЛЬНОГО ТА КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ СУЧАСНОГО МІСТА

У статті здійснено комплексний теоретичний аналіз диджиталізації соціально-комунікаційних технологій у контексті трансформацій суспільного та комунікаційного простору сучасного міста. Показано, що мобільні застосунки, алгоритмічні платформи та розподілена журналістика конструюють нову топологію публічності, де інформаційні коди виступають символічними ресурсами, здатними синхронізувати досвід мешканців. Особливу увагу приділено феномену цифрової нерівності, що структурує доступ до інформаційних ресурсів за гендерними, віковими та економічними критеріями, поглиблюючи соціальну стратифікацію. Рекламні екрани та AR-інтерфейси виступають інтеграторами «товарних ритмів», проте поглиблюють алгоритмічну селекцію видимості. Журналістика як суспільне благо опиняється під тиском генеративного ШІ, який скорочує трафік та ускладнює верифікацію фактів. Підкреслено, що цифровізація, з одного боку, створює нові можливості для інклюзії та громадської участі, а з іншого – поглиблює асиметрії доступу й породжує ризики алгоритмічної сегрегації. Обґрунтовано, що сучасне цифрове місто функціонує як медіаекологічна система, в якій взаємодіють технологічні інновації, економічні моделі та культурні практики, формуючи гібридну публічність. Наголошено на потребі критичного переосмислення концепту публічної сфери в умовах зростання інфраструктурної влади платформ та викликів, пов'язаних із достовірністю інформації, цифровим суверенітетом і культурною справедливістю. Запропоновано розглядати цифрову трансформацію як багатовимірний процес, що потребує поєднання технологічних рішень із політиками соціальної справедливості, медіаграмотності та забезпечення рівного доступу до інформаційних ресурсів. Окреслено напрями подальших досліджень, зокрема у сфері партисипативного урбанізму, критичної інфраструктури медіапростору та стійкості цифрових комунікаційних мереж у міському середовищі.

Ключові слова: *місто, диджиталізація, медіа, журналістика, реклама, культура, комунікації, маркетинг, цифровий маркетинг, бренд, соціальні мережі, електронне врядування, інновації, модернізація, міграція, соціологічні дослідження.*

Постановка проблеми. Останнє десятиліття прискорило цифрову модернізацію міської комунікаційної тканини, перетворивши її на мінливу мережу цифрових платформ. Мобільні застосунки, алгоритмічні системи керування потоками й розподілена журналістика (distributed journalism) вибудовують нову топологію публічного простору. У цьому середовищі інформаційні коди виступають символічними ресурсами, що задають спільні ритми досвіду і підтримують ритуальні форми життя в прямому етері, описані Д. Деяном та Е. Кацем [17].

Поняття «медіапростір» сформувалося у 1980-х роках і означає сукупність інформаційних потоків та каналів їх трансляції [4, с.28-29]. У різних підходах медіапростір розглядають як соціальну, психологічну, культурну або комунікаційну систему. Сьогодні переважає соціологічна інтерпретація, згідно з якою медіапростір не лише відображає, а й формує соціальні процеси, куль-

тури й правові поля [4, с.28-29]. Йому властива маніпулятивність, гнучкість і здатність породжувати нові інформаційно-психологічні феномени в умовах сучасної техносфери й інфосфери. Журналістика, яку UNESCO визнає суспільним благом, змінює економічні й нормативні засади медіа, водночас загострюючи суперечність між потребою достовірної інформації та кризою фінансування [45, с. 8]. Концентрація рекламних доходів у кількох глобальних платформах призвела до виснаження місцевих видань і появи «інформаційних порожнин». Виручка газет від реклами за останнє десятиріччя скоротилася на дві третини [45, с. 9]. Унаслідок цього знижується рівень громадянської участі. Д. Маккуейл слушно підкреслював, що сучасна медіасистема потребує нових теоретичних моделей [32], і наразі до особливостей медіасистеми додалися повсюдна цифровізація та штучний інтелект, що трансформують комунікаційні практики суспільного життя.

Глобальна диджитацізація медіасфери формує нові тенденції – зростання споживання цифрового контенту, перехід традиційних медіа в онлайн, загострення конкуренції за увагу аудиторії, розвиток нативної реклами та застосування штучного інтелекту, що створює для України виклики подолання цифрового розриву [9, с. 141]. Кількість користувачів соціальних мереж зросла з 2,3 млрд у 2016 році до 4,2 млрд у 2021 році, що створило ілюзію безпрецедентного плюралізму голосів, але водночас посилило асиметрію інформаційної влади [45, с. 9]. Стрімке зрощення державних, комерційних та мережевих логік сприяє формуванню квазі-публічних просторів, де принцип представницької публічності поступається місцем інфраструктурній владі платформ. Збільшення користувачів соціальних мереж сприяло розширенню доступу до контенту й зростанню кількості авторів думок, проте не обов'язково підвищило вартість журналістського контенту, а рекламні доходи швидко перетекли від медіа до інтернет-компаній. Google і Facebook (тепер Meta) нині отримують близько половини всіх рекламних витрат у світі [45, с. 8]. Диджиталізовані соціально-комунікаційні технології створюють множинні середовища обміну, де медіаподії здатні одночасно виконувати інтеграційну і сегрегувальну функції, а журналістика як суспільне благо опиняється в конкуренції з алгоритмічно персоналізованими потоками. Розвиток цифрових технологій змінює медіаландшафт і споживання медіавмісту, зокрема у крос-культурному вимірі [2, с. 324]. Цифрова культура трансформує платформи, формати й способи взаємодії з медіа, впливаючи на ідентичність і культурні цінності [2, с. 324]. Це відкриває нові можливості й виклики для міжкультурної комунікації, що потребує подальших досліджень і стратегій адаптації.

Цифрова трансформація, пов'язана з розвитком Інтернету та концепцією четвертої промислової революції, триває вже тривалий час і охоплює всі сфери життя [10, с. 754]. В Україні цей процес закріплений у Національній економічній стратегії-2030 та Концепції розвитку цифрових компетентностей, спрямованих на формування цифрової держави [10, с. 754]. Сучасні підходи до сталого розвитку міст базуються на концептах глобальних міст, інформаційного суспільства, розумних міст і планетарної урбанізації [11, с. 200]. Соціологія міста сьогодні має як описувати процеси, так пропонувати механізми для зміцнення соціальної згуртованості та реалізації Цілей сталого розвитку, що вимагає синергії науки, влади і громадянського суспільства [11, с. 200]. В умовах диджиталізації соціально-комунікаційних технологій інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу виступають синтетичною системою, що через цифрові й традиційні канали забезпечує стимулювання продажів, інформування споживачів і підтримання брендів у трансформованому міському комунікаційному середовищі. Оскільки покупці часто шукають інформацію з зовнішніх джерел, ефективна присутність бренду через різні канали, цифрові технології, експертні оцінки та рекомендації знайомих стає критичною. На етапі купівлі вирішальне значення має комунікація в магазині через візуальну ідентифікацію, традиційні та цифрові рекламні засоби (POS-матеріали, інтерактивні дисплеї, мобільні технології), внутрішнє радіомовлення і персонал [1, с. 24].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження М. Хуан та ін. (2020) демонструє, що інтеграція мобільних даних і точок інтересу змістила парадигму зовнішньої реклами від статичної площини до часово-просторового медіа, яке корелює з мобільністю мешканців [25]. Рекламні повідомлення можна синхронізувати з рухом мешканців, і емпіричний експеримент у Вусюе підтвердив, що динамічні моделі підвищують охоплення й релевантність аудиторій порівняно зі статичними підходами [25]. Зовнішня реклама перестає бути статичною візуальною вставкою й набуває характеристик темпорального медіа, здатного оперативно реагувати на мінливість урбаністичного середовища [25]. Критичне осмислення технократичного редукціонізму подає М. МакКвайр,

який вибудовує концепцію комунікативного міста. Запропоновано концепцію комунікативного міста, яка розглядає міське середовище як платформу для соціальної взаємодії, символічної комунікації та розвитку громадської участі [33]. Аналіз Мельбурна та Гельсінкі підтверджує, що урбаністичні політики, спрямовані на інклюзивні комунікаційні середовища, формують нові канали колективного знання [33]. У фокусі А. Кронін перебувають «товарні ритми» міста, утворені зовнішньою рекламою, що перебудовує щоденні маршрути й перетворює пасивний час очікування пасажирів на мікромоменти споживчої залученості [16]. Авторка доводить, що компанії з розміщення реклами активно ремапують міські простори, сегментуючи маршрути та райони за комерційною цінністю [16]. С. Балакрішнан аналізує пандемічну фазу, коли соціальні медіа й smart-інфраструктура об'єдналися у мережі взаємодопомоги [14]. Дванадцять проаналізованих кейсів доводять, що соціальні медіа забезпечили емоційне скріплення спільнот, а діджитал-технології дозволили оперативно моделювати мережі допомоги. Дослідження засвідчує, що цифрова справедливість стає критичним параметром стійкості міст [14]. Т. Хуссейн із співавторами доводять потенціал цифрових платформ у партисипативному екологічному управлінні, де громади створюють альтернативну комунікативну сферу, компенсуючи дефіцит офіційних каналів [27]. Цифрові платформи можуть стати інструментами залучення громади, формування стійкості міських просторів до екологічних викликів і оптимізації управлінських рішень у складних географічних умовах [27]. Н. Оендал підважує універсальність північних smart-моделей, пропонуючи «південний розумний урбанізм», у якому мобільні практики мешканців неформальних поселень генерують локальні алгоритми просторової справедливості [32]. Локалізовані цифрові ініціативи демонструють здатність маргіналізованих спільнот виробляти альтернативні алгоритми просторової справедливості, порушуючи домінантні геополітичні ієрархії знання. Зокрема, досліджено приклади з Південної Африки, Уганди й Кенії, де мешканці, користуючись мобільними платформами, розв'язують локальні проблеми – від транспорту до житла та продовольчих ланцюгів [32]. Методологічний розрив у вивченні рекламного ландшафту Глобального Півдня окреслюють О. Сваллехе із співавторами [41]. Вони фіксують зміщення уваги на цифрові канали і водночас важливість білбордів як культурних маркерів та економічних індикаторів у нестабільному візуальному ландшафті [41]. К. Ґрін із колегами досліджують «інформаційні пустелі» США й демонструють, що втрата локальної преси не веде до масового переходу до низькоякісних джерел, натомість посилює споживання національних медіа, що підвищує політичну поляризацію й звужує локальну публічну сферу, чим підтверджує габермасівську вимогу медіаплюралізму [22]. Хуан Л. показує, як короткі відео та фан-культура на платформах типу Douyin трансформують міський брендинг, творячи економіку вражень [24]. Міста стають сценами «живих медіаподій», де фан-спільноти виробляють наративи в реальному часі [24]. Л. Су (2023). доводить, що поєднання глибинного навчання й семантичного аналізу соціальних медіа дозволяє картографувати когнітивний образ міста, виявляючи ключові культурні й рекреаційні зони та інтегруючи емоційні оцінки в планувальні рішення [40]. І. Біернацка-Ліг'єза підкреслює, що кризове управління успішне лише за умов гнучкої цифрової екосистеми, де офіційні повідомлення взаємодіють із волонтерськими мережами; цифрова грамотність мешканців знижує ризики дезінформації та зміцнює довіру [15]. Огляд літератури виявляє, що мобільні дані темпоралізують медіапростір і змінюють візуальну екологію міста [25], водночас публічна сфера зміщується до партисипативних платформ, які потребують цифрової справедливості для підтримання рівності [33]. На цьому тлі критика універсальних smart-концепцій висуває вимогу контекстуалізованих підходів, чутливих до колоніальної та соціальної спадщини [32], тоді як перетворення локального інформаційного середовища засвідчує, що дефіцит медіаплюралізму поглиблює фрагментацію публічного дискурсу.

Постановка завдання. Мета статті – комплексний аналіз трансформацій практик соціальних комунікацій у місті та виявлення основних соціальних, культурних та комунікаційних наслідків таких трансформацій. Окрему увагу приділено впливу цифрових медіа та рекламних технологій на побудову міської публічності, а також динаміці цифрової нерівності у контексті соціальної інклюзії.

Виклад основного матеріалу. Диджиталізація переосмислила поняття культури й медіа, сприяючи появі нових форм культурної ідентичності та змін у споживанні контенту [2, с.326]. Конвергенція платформ, персоналізація медіапродуктів та інтерактивність стали ключовими рисами цифрової культури. Зміни в повсякденних практиках і соціальних контекстах формують

нові моделі використання медіа, де на перший план виходять вимоги й очікування користувачів [2, с.326]. Медіатизація актуалізує цінності постійного пошуку новизни, цифровізації культури, свободи вибору ідентичностей та емоційності комунікацій [19, с. 27]. Водночас вона має і негативні наслідки: посилення тривожності в суспільстві через новини про катастрофи, втрату автентичності культурного досвіду, розмиття меж особистого простору та стандартизацію емоцій у цифровій взаємодії [19, с. 27]. Світовий демографічний ландшафт на лютий 2025 року засвідчує, що чисельність населення сягнула 8,20 мільярда осіб. Жінки становлять 49,7%, чоловіки – 50,3% [47, с. 15]. Річний приріст 0,9% дорівнює 70 мільйонам нових мешканців планети, а середній вік людства становить 30,9 року. Частка міського населення складає 58,1% [47, с.15]. Дані свідчать про зростання урбанізації та продовження загальної освітньої інтеграції на глобальному рівні. Ці демографічні параметри, унаочнені глобальними платформами цифрової статистики, окреслюють соціально-комунікаційний горизонт, у межах якого цифрові технології реорганізують форми повсякденної взаємодії, переносячи їх у гібридні простори онлайнових публічностей.

Аналітичні звіти UN Habitat пропонують багаторівневу модель управління цифровим містом, що поєднує місцеві ініціативи, національні стратегії та мережеві партнерства приватного сектора. Рекомендації стосуються трансформації управлінської культури й посилення громадського контролю над критичною інфраструктурою [42, с. 5]. Важливим є подальший розвиток електронного врядування. У цьому контексті Габермасове уявлення про публічну сферу як простір раціональної критики державної влади [23] набуває нової форми: цифрові платформи створюють технічну можливість публічного моніторингу, але водночас генерують ризик алгоритмічної опосередкованості дискурсу.

Інформаційні потоки медіапростору характеризуються універсальністю, безмежністю, ієрархічністю, адресністю й безперервністю [4, с. 30–31]. Інформація виникає як факт, аналітичний результат або творчий витвір. Медіасфера інтегрується в суспільство, поширюючи культурні й духовні цінності [4, с. 30–31]. Цифрове місто породжує нову сцепність «тут-і-зараз», коли події широкомасштабної важливості негайно переходять у режим «живої трансляції», формуючи ритуали синхронного спостереження, про які писали Д. Дейян і Е. Кац [17]. Водночас технологічні інновації поглиблюють перехід від централізованих медіа до гібридних систем, де професійні та аматорські наративи співіснують у спільних стрічках.

Незважаючи на експансію підключених пристроїв, універсальний доступ лишається недосяжним. У 2024 році темп зростання кількості користувачів пришвидшився: річний приріст підвищився з 2,7% у 2023 році до 3,4% у 2024 році [29, с. 1]. Однак понад третина людства, тобто близько 2,6 мільярда осіб, досі позбавлена мережевих можливостей. Цей дисбаланс сконцентрований у регіонах із низькими доходами, де відсутність інфраструктури репродукує соціально-комунікаційні бар'єри.

На лютий 2025 року демографічний приріст Землі становив 0,9%, або додаткові 70 мільйонів осіб [47, с. 11]. Кількість унікальних абонентів мобільного зв'язку збільшилася на 2,0%, тобто на 112 мільйонів користувачів. У 2024 році темп зростання кількості користувачів Інтернету пришвидшився: річний приріст підвищився з 2,7% у 2023 році до 3,4% у 2024 році [29, с. 1]. Число людей, які використовують Інтернет, зросло на 2,5%, що відповідає приросту на 136 мільйонів [47, с. 11]. Кількість облікових записів у соціальних мережах підвищилася на 4,1% – ще 206 мільйонів індивідуальних ідентифікацій [47, с. 12]. Тенденція свідчить: цифрові медіа інтенсивно вкорінюються в повсякденному досвіді міських жителів, але водночас кристалізують нові межі включення. Основними платформами цифрової реклами сьогодні є мобільна реклама (через додатки та мобільні мережі), десктоп-реклама та цифрове телебачення, що здійснює трансляцію за допомогою цифрових технологій [13, с. 179]. Цифрова медійна реклама включає різноманітні формати: платний пошук, соціальні мережі, онлайн-відео та інші інтернет-активності [13, с. 179]. Її активно використовують у мас-медіа, банківській, фінансовій, страховій сферах, телекомунікаціях, торгівлі, освіті, охороні здоров'я, транспорті та енергетиці. Стрімке зростання кількості інтернет-користувачів і розвиток онлайн-платформ стали ключовими факторами розширення глобального ринку цифрової реклами, що охоплює електронну комерцію, дистанційне навчання, засоби масової інформації та системи передачі даних [13, с. 179].

Від XIX століття реклама активно формувала міський простір: постери вкривали будівлі, з'являлися перші підсвічені білборди та вуличні світлові шоу [16]. Реклама фінансувала громадські об'єкти й ставала невід'ємною частиною міського

ландшафту. Реклама не лише супроводжує пересування людей, а й структурує сприйняття міста, інтегруючи ритми міського життя та комерційної культури [16]. Сучасні споживачі вимагають персоналізованого контенту, що змушує компанії збирати й аналізувати дані, адаптовувати корпоративні медіа до мобільних платформ і створювати якісний цифровий контент для ефективної комунікації й конкурентної переваги [8, с. 15]. Сучасний мешканець міста інтеракційно співтворить міську сцену, залишаючи цифрові сліди, що алгоритми трансформують у поведінковий капітал. Проте нерівномірний розподіл цифрових ресурсів перетинається з гендерними, класовими та просторовими відмінностями, відтворюючи полігон соціальних нерівностей усередині мережевих структур. Цифрова нерівність зберігається на глобальному рівні та особливо відчутна у регіонах із низьким рівнем доходу [29, с. 1].

Дані свідчать про стійке прискорення цифрової залученості населення у глобальному масштабі. Аналіз динаміки використання Інтернету у 2005–2024 роках показує невпинне розширення аудиторії: менш ніж 1,5 мільярда користувачів у 2005-му та понад 5 мільярдів на початку третього десятиліття XXI століття [29, с. 1]. Відносна частка підключених осіб зростала повільніше, що вказує на демографічний чинник, який маскує реальну швидкість цифрового проникнення. Медіапростір активно впливає на молодь, формуючи її світогляд і цінності через Інтернет, соціальні мережі та медіаконтент [5, с. 47–48]. Віртуальні ресурси стають інструментом естетичного виховання, змінюючи традиційні освітні моделі на співпраці, аналітичному мисленні та емоційному переживанні мистецтва [5, с. 47–48]. У 2025 році 63% представників покоління Z і 49% міленіалів назвали рекламу чи огляди товарів у соціальних мережах найвпливовішими для своїх купівельних рішень [18]. Натомість реклама на стримінгових сервісах справляє суттєво менший ефект, що дозволяє говорити про зсув центру уваги на користь інтерактивних платформ. Водночас лише 20% усіх опитаних споживачів визнали рекламу на стримінгових платформах визначальним чинником покупок [18], що підтверджує гіпотезу про зростання сили рекомендаційних алгоритмів соціальних мереж.

Проте диджиталізація не є суто технічним феноменом. Вона опосередковує соціальну стратифікацію, формуючи нові ієрархії доступу. Понад третина людства, близько 2,6 мільярда осіб, залишається офлайн, а отже виключеною з мережевих форм комунікації [29, с. 1]. У міських агломераціях цифрове охоплення вищим, ніж у сільських районах, де інфраструктурні та економічні бар'єри лишаються визначальними, що позначається інтеграції електронного врядування та функціонуванні соціальних комунікацій. Така нерівність уможливлює появу «цифрових тіней» громадян, яких платформи не фіксують, а політики не враховують. В епоху інформаційного суспільства культура дедалі більше відривається від матеріальної основи існування [26, с. 81]. У цифрову добу питання критичного мислення, автономії особистості та культурної ідентичності стають особливо актуальними, оскільки технології і масові комунікації істотно трансформують соціальні процеси й уявлення про себе та місто [26, с. 81].

Контекст урбанізації посилює потребу критичного аналізу. Міста – місця найбільшої концентрації цифрових сервісів та модернізації, але водночас осередки найпомітнішого розриву в доступі між різними соціальними групами. Д. Дейян і Е. Кац показали, що медіаподії здатні інтегрувати аудиторію через спільний ритуал споглядання [17]. У цифрових містах цей ефект множиться, адже локальні події набувають глобальної видимості завдяки живій трансляції з мобільних пристроїв. Проте та сама технологічна інклюзивність породжує й небезпеку інформаційних бульбашок, де користувачі контактують переважно з однодумцями, що обмежує горизонт колективного бачення й суперечить габермасівському ідеалу відкритого діалогу. Гендерний аспект залишається критичним маркером цифрової справедливості. Стратегії міського розвитку в умовах діджиталізації мають долати цифровий гендерний розрив шляхом поєднання технічної експансії та соціальної підтримки. Йдеться про розвиток освітніх програм для дівчат і жінок, створення безпечних онлайн-середовищ і стимулювання жіночого підприємництва. Лише за умов рівного доступу до мережевих ресурсів місто здатне реалізувати принципи інклюзивності й стійкості.

Фінансова динаміка цифрової урбанізації є показовою. У 2022 році світові видатки міст на технологічні трансформації становили 1,85 трлн дол. США з очікуваним подвоєнням до 2027 року [42, с. 6]. Ринок smart-city-рішень оцінювали у 121 млрд дол. США 2023 року з прогнозом зростання до 301 млрд у 2032-му [42, с. 6]. Ці інвестиції не гарантують автоматичного досягнення сталості: вони лише створюють технічну інфраструктуру, позбавлену нормативного наповнення. Тому концепція «розумного міста, орієнтованого на людину» фокусується на потребах громадян,

а не на техноцентричному накопиченні сенсорів. Деянове з Кацем поняття медіаподії допомагає осягнути, яким чином урбаністичні трансформації набувають символічної легітимації через синхронний ритуал колективного спостереження за технологічними нововведеннями [17]. Водночас стан друкованої періодики демонструє скрутнішу траєкторію. У період із 2017 по 2019 рік тиражі щоденних газет знижувалися щороку від – 0,2% до –2,7%, що засвідчує стійку негативну динаміку [45, с. 11]. У 2020 році падіння прискорилося до – 13,0%, ставши найглибшим за останнє десятиліття [45, с. 11]. Лише у 2021 році зафіксовано короткочасне зростання на 2,3%, яке не змогло переламати загальну тенденцію., тобто медіа тяжіють до цифрової трансформації.

Нові цифрові технології та платформи радикально змінили медіапростір, витіснивши традиційні ЗМІ та запровадивши нові формати безперервного споживання контенту [7]. У міському середовищі комунікаційні практики дедалі частіше здійснюються в гібридних просторах, де фізична присутність доповнюється цифровими траєкторіями даних. Масова участь у цих процесах обумовлена високою медіазалученістю: у 2025 році люди витрачають на медіа шість годин щодня, а покоління Z – майже сім годин [18]. У 2025 році споживачі витрачають у середньому 6 годин на день на медіа й розваги. Соціологічні дослідження показують, що міленіали споживають медіаконтент – 6,3 годин, покоління X – 6,0 годин, бебі-бумери – 5,4 годин, а старші – 4,5 години [18]. Найбільше часу припадає на перегляд телешоу та фільмів – по 1,4 години на стримінгу й на кабельному ТБ [18]. Соціальні мережі займають 0,9 години, музика – 0,8, користувацький контент і відеоігри – по 0,6, подкасти – 0,3 години [18]. Молодші покоління більше часу витрачають на стримінг, соціальні мережі та відеоігри, старші – на традиційне телебачення [18].

Зміщення центру ваги медіаспоживання супроводжується кризою довіри та розмиванням фактографічної основи публічного дискурсу. ЮНЕСКО фіксує зростаючу загрозу дезінформації, що підриває роль медіа як суспільного блага і спричиняє тривогу щодо «епохи постправди» [45, с. 11]. Масштаб проблеми ілюструє опитування, за яким 57% інтернет-користувачів стикалися з недостовірною інформацією, а дослідження довели, що неправдиві повідомлення поширюються швидше за достовірні [45, с. 13].

Глобальна диджиталізація трансформує прояви міської публічності, але водночас оголює стійкі шари цифрової нерівності, що розрізняють урбанізовані й периферійні простори. У 2024 році 83% мешканців міст мають доступ до Інтернету, тоді як у селах підключено лише 48% населення [29, с. 7]. Ці цифри конденсують соціально-технологічну асиметрію, унаслідок якої 1,8 мільярда людей у сільській місцевості та ще 800 мільйонів міських жителів залишаються поза мережею з 2,6-мільярдного «офлайн» сегмента планети [29, с. 7]. Показник співвідношення рівня підключення між містом і селом – 1,7 – не змінюється протягом чотирьох років, фіксуючи стагнацію політик інклюзії [29, с. 7]. У Європі розрив майже подолано, коефіцієнт дорівнює 1,1, тоді як в Африці він сягає 2,5, що репрезентує нерівномірний розподіл цифрового капіталу між регіонами [29, с. 7].

Урбаністична природа цієї нерівності позначається на структурі комунікаційних практик. Місто виступає центром акумуляції даних, сервісів і платформ, де публічна сфера, у габермасівському сенсі [23], набуває нових форматів медіацій через алгоритмізовані мережі. Високе проникнення Інтернету в міських агломераціях створює умови для інтенсивної циркуляції інформації, що сприяє формуванню множинних локусів дискусії, але водночас породжує ризик сегментації аудиторій, коли сільські спільноти виключаються з ключових потоків обговорень. Цифрова відстань, зафіксована International Telecommunication Union коефіцієнтом 1,7 [29, с. 7], свідчить про дисбаланс доступу до ресурсів знань, електронного врядування й економіки творчості, який безпосередньо переломлюється у якості громадянської участі та соціальної мобільності. Динаміка розриву в Азійсько-Тихоокеанському регіоні, де показник зріс із 1,6 до 1,7, свідчить про те, що урбанізація сама по собі не гарантує подолання нерівності; навпаки, вона може її поглиблювати через нерівномірний розподіл інфраструктури [29, с. 7].

Нерівномірність підключення підриває функціональний баланс медіасистеми, оскільки успішне виконання інформаційної, кореляційної та рекреаційної функцій залежить від рівномірного покриття аудиторії. У сільських регіонах обмежений доступ сповільнює циркуляцію знань і ускладнює зворотний зв'язок між громадою та владою, що ослаблює горизонтальну підзвітність і знижує ефективність публічної політики. Диджиталізація соціально-комунікаційних технологій містить амбівалентний потенціал. Вона розширює можливості міських громад, сприяє культурній циркуляції та інноваціям, але водно-

час закріплює територіальний поділ, формуючи подвійний режим публічності: підключена метрополія і периферійна «тіньова» зона офлайн. Подолання цієї дихотомії потребує синхронізованих політик інфраструктурного розвитку й медіаграмотності. Стрімкий розвиток цифрових технологій трансформує освіту, посилюючи роль мобільного доступу, віртуальних просторів та штучного інтелекту [21]. Сучасна освіта вимагає глибшої інтеграції цифрових інструментів, особливо у підготовці фахівців із реклами та PR [21].

Соціоекономічний вимір підсилює асиметрію. У країнах з низьким доходом лише 16% жителів сільської місцевості мають підключення, тоді як у містах – 46% [29, с. 7]. Навіть у високодохідних державах, де сільський показник сягнув 88%, міста випереджають його на 7 пунктів. Цифровий розрив у країнах, що не мають виходу до моря, виглядає помітно: 28% проти 63%. У малих острівних державах – 41% проти 81% [29, с. 7]. Параметри підключення корелюють із рівнем доходу та географічною специфікою, створюючи багатошарову структуру відключення.

Нинішнє управління трудовою міграцією є фрагментарним і нестабільним, що ускладнює його дослідження. З огляду на стрімке зростання обсягів міграції – переважно економічної – важливо приділяти більше уваги вивченню механізмів регулювання, особливо у сфері добровільної й регулярної трудової міграції різних кваліфікаційних рівнів [48]. Міграційні потоки, спричинені урбанізацією, переносять людський капітал до мегаполісів, де цифрова інфраструктура вже розвинена. Таким чином формується «подвійна втрата» для периферії: дефіцит молодої робочої сили та відставання у впровадженні мереж. За логікою витоку мізків інформаційні екосистеми села опиняються в режимі стагнації, адже інвестиції в інфраструктуру стають економічно менш привабливими. Через локальні медіа активно транслюються наративи про ідентичність, безпеку та економічні виклики, що впливає на уявлення мешканців про міське середовище в умовах глобалізації.

Медіасистеми покликані виконувати інформаційну, кореляційну й рекреаційну функції; проте їхня ефективність залежить від рівноважного охоплення аудиторії. Структура медіареальності формується через взаємодію індивідуальної та групової свідомості, де окремі сигнали сприйняття об'єднуються у вузли спільного досвіду [31, с. 75]. Ці вузли далі створюють групи за спільними темами, керуючи динамікою медіагіпермережі. Концентрація вузлів відбувається за принципом взаємного тяжіння, однак має межі, подібно до фізичних процесів у матеріальному середовищі [31, с. 75]. Цифровий розрив ізолює частину населення від потенціалу електронного врядування, е-комерції та культурного обміну, формуючи сегментований простір громадянських прав.

Динаміка вікових профілів підключення окреслює новий рельєф міської публічності, де саме молодь задає темп диджиталізації та формує стандарти комунікації для всього населення. Соціологічні дослідження показують, що у 2024 році 79% громадян віком 15–24 років користувалися Інтернетом, тоді як серед старших цей показник становить 66% [29, с. 6]. У Європі та Північній Америці частка підключеної молоді перевищує 95%, тобто майже досягнуто універсального підключення [29, с. 6]. Молоді користувачі першими освоюють нові медійні та рекламні формати, після чого ці практики поширюються на все населення. Така динаміка підтримує оновлення публічної сфери, коли швидкі та інтерактивні канали витісняють традиційні лінійні моделі обміну інформацією.

У країнах глобальної Півночі віковий розрив майже зник: у держав-учасницях СНД він складає 1 пункт (91% проти 90%), у Європі – 8 пунктів (98% проти 90%) [29, с. 6]. Це корелює з розвиненою мобільною інфраструктурою та державними програмами цифрової інклюзії. У таких містах зовнішня реклама дедалі частіше використовує датчики руху й геолокацію, аби показувати різним групам адаптований контент у реальному часі. Подібні технології підтверджують тезу МакКвейла про перехід від однорідної масової аудиторії до множини невеликих сегментів [32]. Молодь стає основною аудиторією гейміфікованих соціальних кампаній, спрямованих на просування національних ініціатив цифрової ідентичності. У США та Канаді віковий розрив становить 10 пунктів (95% проти 85%). Ринок реклами орієнтується на поведінкові дані молодих користувачів, які, окрім споживання, активно створюють контент. Це посилює роль інфлюенсерів і користувацьких медіаплатформ, де бренди взаємодіють із аудиторією без посередників.

Вікова структура доступу до мережі корелює з економічною стратифікацією держав, утворюючи нову конфігурацію міської публічності, у якій цифрові ресурси розподіляються насамперед за принципом платоспроможності. У країнах із низьким рівнем доходу підключення демонструє різницю двадцять відсоткових пунктів: Інтернетом користуються 43% молоді та лише 23% решти

населення [29, с. 6]. У сегменті нижчого середнього доходу перевага молодих становить двадцять один пункт (71% проти 50%), тоді як у групі середніх доходів ця дельта скорочується до семи пунктів (78% проти 71%). У більш заможних державах відрив майже нівелюється: 97% серед молоді та 93% серед решти [29, с. 6]. Найменш розвинені країни фіксують 52% підключеної молоді й 31 % старших груп, а держави, позбавлені виходу до моря, – 51% та 37% відповідно, що віддзеркалює інфраструктурні обмеження транзитних коридорів [29, с. 6]. У малих острівних державах, де цифрова інфраструктура розгортається швидко завдяки міжнародним хабам, охоплення серед молоді досягає 78%, тоді як серед старших – 62% [29, с. 6]. Такі диспропорції конструюють фрагментовану публічну сферу: у містах глобальної периферії молодь опановує соціальні мережі як простір репрезентації та економічних транзакцій, тоді як старші групи залишаються медіаперифе-рійними суб'єктами.

На тлі цього вікового та економічного ландшафту формуються моделі монетизації контенту. У 2025 році 42% представників покоління Z матимуть принаймні один тариф передплатного відео-сервісу з рекламними вставками, тоді як серед міленіалів, покоління X та бебі-бумерів цей показник сягне 56–58%, а серед найстарших – 54% [18]. Зростання проникнення рекламно підтримуваних тарифів найбільше помітне у старших когорт: плюс тридцять відсотків за рік. Таким чином, навіть аудиторії, традиційно скептичні до диджитал-сервісів, поступово приймають модель «дешевше за перегляд реклами». Середня ціна такої передплати становить дев'ять доларів США на місяць при восьмихвилинному обсязі реклами на годину, а межа сприйнятності ціни зупиняється на позначці дев'ятнадцять доларів [18]. У сегменті міст із високими доходами це відкриває поле для преміальних пакетів без реклами, натомість у середовищах із помірною купівельною спроможністю реклама стає фактичним субсидіарним інструментом культурного споживання. У цифровій культурі трансформація споживання медіа відображає зміни в медіаландшафті, культурних уподобаннях і ідентичності. Зростання доступності контенту та роль блогерів як медійних посередників підкреслюють необхідність адаптації до нових технологій і форматів [2, с. 327].

Гендерна дистрибуція доступу до мережі програмує ієрархію можливостей у міських комунікаціях, ускладнюючи досягнення рівності. Частка онлайн-користувачів серед чоловіків становить 70%, тоді як серед жінок – 65%, що утворює різницю у 189 млн осіб [29, с. 3]. Неоднакова репрезентація жінок у цифровому просторі впливає на те, які теми отримують пріоритет у міських інформаційних потоках та які сегменти аудиторії стають комерційно привабливими.

У регіональній перспективі Африка демонструє найрізкіший дисбаланс: доступ мають 43% чоловіків і лише 31% жінок [29, с. 3]. Отже, рекламні й медійні стратегії, що спираються на мобільні платформи, фактично адресують жіночу аудиторію лише частково, відтворюючи традиційні моделі виключення. У міських центрах Америки фіксується майже повний паритет (87% проти 86%), тому локальні бренди дедалі частіше застосовують інклюзивні наративи, орієнтуючись на жіночу участь у створенні контенту. Аналогічну тенденцію спостерігаємо в Європі, де різниця не перевищує двох відсоткових пунктів, що корелює з інституційно закріпленими принципами недискримінації у сфері ЗМІ та реклами.

Водночас структурні індикатори свідчать, що медіасистема все ще зберігає чоловіче домінування. Глобальний моніторинг показує: аби подолати гендерний розрив у традиційних медіа за поточних темпів, знадобиться шістдесят сім років [45, с. 13]. Це означає, що навіть за умов швидкої диджиталізації старі редакційні патерни ієрархій продовжують обмежувати доступ жінок до позицій, через які формуються редакційні й рекламні пріоритети. Аналіз 546 державних компаній-мовників у 151 країні засвідчує, що вісімдесят відсотків із них не мають реальної редакційної автономії, що посилює ризик політичного чи корпоративного впливу на порядок денний [45, с. 13]. У таких умовах жіночі голоси в міському публічному просторі залишаються маргіналізованими, а рекламний контент тяжіє до тиражування стереотипів замість просування паритету.

Для рекламного ринку коригування гендерного розриву відкриває можливість розширення аудиторій і, відповідно, підвищення рентабельності. Практика показує, що кампанії, адаптовані до потреб жіночих цільових груп, демонструють більшу конверсію в електронній комерції та більший показник довіри до бренду. Отже, інвестування в інклюзивні медіярішення має не лише моральний, а й чіткий економічний сенс. Проте без системного усунення бар'єрів доступу та редакційних упереджень рекламна промисловість ризикує залишатися інструментом, який закріплює існуючі соціальні ієрархії замість того, щоб їх руйнувати.

У 2024 році 70% чоловіків і 65% жінок у світі користуються мережею, тобто 189 мільйонів жінок залишаються офлайн [29, с. 3]. Цифровий гендерний розрив структурується класом та географією: у країнах з низьким доходом онлайн перебувають лише 21% жінок проти 32% чоловіків, тоді як у високорозвинених державах паритет майже досягнуто – 93% жінок і 94% чоловіків мають доступ до мережі [29, с. 3]. Наявна різниця корелює з непропорційною представленістю жінок у традиційних медіа, де ліквідація гендерного диспаритету в контенті за сучасних темпів триватиме 67 років [45, с. 13]. Таким чином, диджиталізація не усуває інерцій патріархальних структур, а лише переміщує їх у цифрове середовище.

Стрімкий розвиток технологій змінює стратегії брендів, відкриваючи нові можливості для взаємодії зі споживачами [6]. Інтернет речей, аналітика великих даних і машинне навчання дозволяють брендам персоналізувати контент, адаптувати стратегії до реальних потреб користувачів і активно залучати аудиторію через мобільні додатки та соціальні медіа [6]. У межах класичної концепції публічної сфери Ю. Габермаса критерієм демократичної взаємодії залишаються раціональні дискусії, засновані на доступності правдивої інформації [23]. У цифровому місті цей ідеал зазнає значних ризиків, що зумовлені автоматизованим відбором контенту та потенціалом генеративних моделей створювати псевдофакти. ЮНЕСКО наголошує: точність і достовірність є визначальними для якісних новин, чому заважають галюцинації ШІ [43, с. 3]. Водночас монополізація великих мовних моделей зумовлює нові асиметрії. ЮНЕСКО попереджає: LLM можуть сконцентруватися в руках небагатьох корпорацій, переважно у двох країнах, що загострює питання суверенітету даних UNESCO [43, с. 4]. Це ставить під сумнів рівномірний розподіл інноваційних вигод між містами різних регіонів та підсилює цифрову нерівність.

Інтеграція генеративного ШІ в міські інформаційні комунікаційні канали та пов'язана із цим модернізація зміщує баланс від масової до майже індивідуальної комунікації, але ризикує зруйнувати механізми колективної перевірки фактів. Впровадження відкритих етичних протоколів, прописаних журналістськими асоціаціями, – необхідна умова збереження довіри. Саме тому редакції вимагають розкриття факту використання ШІ у створенні матеріалів UNESCO [43, с. 3]. Особливу увагу привертають діпфейки, здатні дискредитувати публічних персон [43, с. 3], підтверджують тезу про необхідність медіаграмотності як соціальної інфраструктури. Публічні кампанії з підвищення критичної спроможності громадян мають бути інтегровані в міські стратегії цифрової культури.

Багато редакцій почали використовувати генеративний ШІ як інструмент для збору новин. Його застосовують для аналізу даних та роботи з великими обсягами інформації, а відповідні навички навчають у школах журналістики та на тренінгах у всьому світі [43, с. 3]. ЮНЕСКО опублікувало спеціальний посібник з висвітлення тем ШІ. Журналістські асоціації та редакції розробили численні принципи, кодекси поведінки та хартії, що регулюють використання генеративного ШІ, підкреслюючи важливість розкриття факту застосування ШІ у створенні текстових або аудіовізуальних матеріалів [43, с. 3]. Точність і достовірність залишаються ключовими для якісних новин, тоді як побоювання щодо галюцинацій генеративного ШІ є предметом серйозної уваги [43, с. 3]. Залучення людини до контролю над процесом залишається обов'язковим для запобігання поширенню неточної або оманливої інформації [43, с. 3]. ЮНЕСКО звертає увагу на ризики надмірного спрощення змісту або акцентування другорядних аспектів замість основної ідеї.

Диджиталізація соціально-комунікаційних технологій суттєво трансформує архітектоніку суспільного життя міста, перепрограмовуючи механізми рекламної репрезентації. Цифровізація революційно змінила маркетингові дослідження, прискоривши обробку даних, підвищивши їхню точність і розширивши можливості аналізу поведінки споживачів у реальному часі [3, с. 76]. Штучний інтелект і блокчейн посилили ефективність і прозорість маркетингових стратегій. Сьогодні для комплексного бачення ринку використовують комбінацію цифрових інструментів, що дозволяє адаптувати соціально відповідальні стратегії до динамічних змін середовища й посилити конкурентні переваги [3, с. 76]. Постійні оновлення алгоритмів Google і Facebook змушують маркетологів адаптувати стратегії Інтернет-комунікацій [13, с. 95]. Зростання популярності відеоконтенту, особливо коротких форматів на платформах на кшталт TikTok та Stories, сприяє емоційному залученню споживачів. Водночас розвиток AR/VR-технологій відкриває брендам можливість створювати інтерактивні візуалізації продуктів навіть для невеликих компаній [13, с. 95].

Нове покоління пошукових систем на базі штучного інтелекту, яке розробляють Google,

OpenAI та інші технологічні компанії, загрожує радикально змінити економіку медіапростору, зокрема через потенційне скорочення трафіку на інформаційні сайти [43, с. 4]. Зменшення кількості переходів з пошукових систем прямо корелює зі зниженням рекламних доходів та доходів від передплат, що ставить під загрозу економічну стабільність новинних порталів і медійних інституцій, орієнтованих на суспільне благо [43, с. 4].

У 2025 році обмеженість ресурсів команд залишається головною проблемою управління соціальними мережами для маркетологів: на цей фактор вказали 53,3% респондентів глобального дослідження [47, с. 12]. Серед інших викликів домінують нестача можливостей для створення відеоконтенту, відсутність усталених процесів управління, нестача спеціалізованих менеджерів для соціальних мереж, недостатня підтримка всередині компаній, роз'єднаність регіональних акаунтів, а також дефіцит дизайнерських ресурсів і ефективних інструментів копірайтингу [47, с. 12]. Ці чинники комплексно ускладнюють ефективну цифрову присутність брендів, обмежуючи їхню здатність взаємодіяти з урбанізованими спільнотами у динамічних середовищах мегаполісів.

Динамічні екрани outdoor-сегменту реклами стають центрами агрегації соціальних даних. Компанії, що керують цими мережами, можуть здійснювати просторовий гео-менеджмент трафіку, встановлюючи різні тарифи залежно від соціально-економічного профілю районів.

Незважаючи на економічні виклики, у 2023 році цифрова реклама в США зросла на 7,3%, досягнувши рекордної позначки $225 мільярдів [28, с. 11]. Компанії активно переорієнтували інвестиційні стратегії на розвиток цифрових інновацій, включно із впровадженням генеративного штучного інтелекту та просуванням реклами в сегментах роздрібної торгівлі й контенту користувачів. Зростання електронної комерції й розвиток творчої економіки зумовили зміщення акцентів у залученні аудиторій, сприяючи формуванню нових моделей медіаспоживання.

У відповідь на посилення регуляцій у сфері захисту персональних даних, таких як GDPR та CCPA, рекламодавці змушені адаптувати свої стратегії, переходячи до рішень, які мінімізують залежність від сторонніх cookies [28, с. 11]. Це породжує нові моделі таргетування, що базуються на власних даних компаній і глибокій персоналізації взаємодії з користувачами, трансформуючи міський медіаландшафт.

У 2023 році реклама в соціальних мережах демонструвала стійке зростання на рівні 8,7%, досягнувши $64,9 мільярдів, що на $5,1 мільярдів більше порівняно з попереднім роком [28, с. 7]. Основне зростання було зафіксовано у другій половині року, коли доходи соцмереж сягнули рекордних $35,5 мільярдів [28, с. 20]. Ця динаміка пояснюється активними інвестиціями у контент користувачів і розширенням міжнародної електронної комерції. Зростання рекламних доходів роздрібних медіа на $6,2 мільярди, до $43,7 мільярдів, що дорівнює річному приросту на 16,3%, також свідчить про глибоку інтеграцію медіаекономіки у структури e-commerce [28, с. 7].

Генеративний ШІ став частиною інновацій у комунікаціях і радикально змінює рекламну індустрію, оптимізуючи процеси створення креативних концепцій, персоналізуючи контент і забезпечуючи адаптацію рекламних повідомлень до поведінкових моделей користувачів у реальному часі [28, с. 10]. За допомогою інструментів на кшталт Google Performance Max і Meta Advantage+ компанії створюють численні варіації оголошень за нижчою вартістю, компенсуючи втрату традиційних каналів персоналізації. Водночас платформи соціальних мереж впроваджують власні рішення на базі ШІ, як-от чат-бот Meta AI, що додає новий рівень інтерактивності до рекламної взаємодії [28, с. 10]. Не менш важливий вимір – авторське право й справедлива винагорода контентмейкерів. Виникає підкреслює ризик деградації культурної екосистеми у разі, якщо творці не отримуватимуть гідної компенсації за дані, використані для тренування ШІ-моделей [43, с. 4]. Доповнена реальність у міській рекламі теж стає інновацією, що сприяє інтеграції цифрового і фізичного просторів. Вона оживляє статичні елементи середовища, залучаючи споживачів через інтерактивний досвід [39].

Таким чином, цифрова трансформація рекламного поля міста відображає глибші зміни у суспільних комунікаційних практиках. З одного боку, спостерігаємо активне пристосування комерційних акторів до нових вимог цифрової публічності; з іншого – формування нових форм інформаційної нерівності, що вимагає ретельного академічного аналізу з урахуванням структурних змін публічної сфери. Стратегія економічного відновлення України має передбачати масове впровадження передових технологій і охоплювати фізичну реконструкцію, екологічну реабілітацію, економічне та соціальне відновлення [36]. Водночас, в умовах цифрового суспільства стратегія відновлення має включати впровадження новітніх тех-

нологій не лише у промисловість, а й у розбудову соціально-комунікаційної сфери міст, що стала важливим елементом соціальної, економічної та культурної реконструкції. У житті міста в часи глобалізації ключову роль відіграють саме мережі комунікацій, що з'єднують локальні економіки з глобальними ринками [38]. Вагомою частиною життя сучасного міста стає також туризм. Його просування на сучасному неможливе без цифрового маркетингу, оскільки між виробником і споживачем стоять численні посередники [37, с. 94]. Для ефективного продажу турів потрібне постійне використання інтерактивних медіа, відеоконтенту та SMM-стратегій, що забезпечують якісну інформаційну підтримку на всіх цифрових платформах [37, с. 94].

Висновки. Останнє десятиліття засвідчило безпрецедентне прискорення цифрової трансформації міської комунікаційної тканини. Мобільні застосунки, алгоритмічні платформи й цифрова журналістика створюють нові форми організації публічного простору, де інформаційні коди стають ключовими символічними ресурсами. Диджиталізація змінює канали обміну повідомленнями та самі механізми суспільної інтеграції і політичної участі. Ілюзія безмежного плюралізму голосів руйнується перед асиметрією інформаційної влади, коли декілька корпорацій контролюють більшість рекламних доходів і алгоритмічне ранжування видимості. Це створює квазі-публічні простори, де право бути побаченим визначається не громадянською значущістю теми, а комерційною доцільністю.

У сучасному місті цифрові медіа стають одночасно інструментами мобілізації громадянських ініціатив і полями відтворення соціальних нерівностей. Прискорене зростання користувачів соціальних мереж породило ілюзію демократизації комунікацій, водночас поглиблюючи асиметрії доступу до інформаційної влади. Цифрова публічність дедалі більше визначається інфраструктурними можливостями глобальних платформ, а не автономією громадських обговорень. У цих умовах постає необхідність критичного переосмислення поняття публічної сфери. Соціально-комунікаційні технології розширюють можливості обговорення та модифікують самі параметри легітимації знань, створюючи ризики алгоритмічної фільтрації і цифрового розриву. Питання гендерної справедливості, економічної доступності та партисипації у цифровому місті набувають це більш вагомого значення. Гендерна рівність у цифровому просторі сучасного міста постає не як наслідок природного прогресу, а як результат цілеспрямованої політики та інституційних змін. Відтак цифровізація урбаністичних середовищ потребує системного підходу, який поєднує технологічний розвиток із соціальною справедливістю та гендерною інклюзивністю. Таким чином, віковий та дохідний параметри визначають не лише ступінь включення мешканців у цифрове життя міста, а й формат комерційних і публічних комунікацій. Молодіжна аудиторія залишається випробувальним полігоном для рекламних інновацій, проте масштаби їхнього реального впливу задаються глибиною доступу, яку можуть собі дозволити старші й економічно вразливі групи. Баланс між цими полюсами та прозорість алгоритмічних практик таргетингу стають ключовими умовами формування справді інклюзивної, а не сегментованої, цифрової публічності міста. Цифрова трансформація перетворює місто на медіаекологічну систему, в якій взаємодіють технологічні інновації, соціальні інститути та культурні практики. Щоб уникнути сценарію фрагментованої публічної сфери, де вузькі групи отримують непропорційну владу над інформаційними потоками, необхідно розвивати політики, що одночасно знімають інфраструктурні бар'єри, забезпечують гендерну й вікову інклюзію та гарантують економічну життєздатність журналістики.

Список літератури:

1. Алданькова Г. В., Конопляникова М. А. Інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу електротехнічних товарів. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: Економічні науки. 2*020. № 3. С. 22–28.

2. Байда І. В. Трансформація споживання медіа в цифровій культурі: крос-культурний аналіз. *Культурологічний альманах*. 2024. Вип. 2(10). С. 324–328.

3. Василишина Л., Ягельська К., Алданькова Г., Лящук К. Development of marketing research technologies as the basis of a socially responsible marketing strategy. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2024. Т. 5 (13(131)). С. 76–85. DOI: https://doi.org/10.15587/1729-4061.2024.312227.

4. Голованова Н. В. Медіапростір як важливий чинник побудови інформаційного суспільства. *Актуальні проблеми державного управління*. 2017. № 1. С. 27–35. http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdy_2017_1_6.

5. Зінчина О. Б., Токар В. С. Медіапростір сучасного суспільства: проблеми дефініції. Матеріали VII Міжнародної науково-теоретичної інтернет-конференції «Місто. Культура. Цивілізація». Харків, 2017. С. 82–85.

6. Кітченко О. М., Лялько К. А. Формування стратегії бренда за допомогою новітніх технологій маркетингу. *Ефективна економіка.* 2024. № 5. DOI: http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.5.81

7. Лисинюк М. В., Байда І. В. Трансформація культури медіаспоживання в умовах цифровізації суспільства. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2024. № 2. С. 14–19.

8. Литвиненко О. Проблеми цифрової трансформації українських корпоративних медіа. *Інтегровані комунікації.* 2024. № 2(18). С. 94–97.

9. Пічкурова З. В. Розвиток медіагалузі України в контексті глобальної цифрової трансформації. *Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право).* 2018. № 2. С. 140–147.

10. Хаустова М. Г. Вигоди, ризики та проблеми цифровізації суспільства: загальнотеоретичний аспект. *Аналітично-порівняльне правознавство.* 2023. № 5. С. 753–756. DOI: https://doi.org/10.24144/2788-6018.2023.05.135

11. Шкуров Є. Суспільний аспект реалізації цілей сталого розвитку в повоєнному відновленні міст. *Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія.* 2025. № 1(64). С. 199–215. DOI: https://doi.org/10.21564/2663-5704.64.324584.

12. Яцюк Д.В. Проблеми та перспективи розвитку інтернет-комунікацій. *Вісник Одеського національного університету*. Том 26. Випуск 1(86). 2021, – С. 91-98.

13. Яцюк Д.В. Цифровий медіаринок у постпандемічний період : тези доп. IV *Міжнар. наук.-практ. конф. Журналістика та реклама: вектори взаємодії (Київ, 16 берез. 2022 р.)* / відп. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2022. – С. 178–181.

14. Balakrishnan S., Elayan S., Sykora M., Solter M., Feick R., Hewitt C., Liu Y. Q., Shankardass K. Sustainable smart cities—Social media platforms and their role in community neighborhood resilience – A systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health.* 2023. Vol. 20, No. 18. 6720.

15. Biernacka-Ligieza I. The significance of digital media in local public space crisis management: The case of Poland, the United Kingdom and Italy. *Journal of Alternative and Community Media.* 2023. Vol. 8, No. 1. P. 23–47.

16. Cronin A. M. Advertising and the metabolism of the city: Urban space, commodity rhythms. *Environment and Planning D: Society and Space*. 2006. Vol. 24, No. 4. P. 615–632. DOI: https://doi.org/10.1068/d389t.

17. Dayan D., Katz E. Media Events: The Live Broadcasting of History. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1992. 342 p.

18. Deloitte. Digital media trends survey: 19-th edition. *Deloitte Insights*. 2025. URL: https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/digital-media-trends-consumption-habits-survey/2025.html.

19. Denizci Ö., Sokol M., Tsaryk O. Communicative Culture in the Conditions of Digitalization and Mediatization. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Філологія.* 2023. Вип. 2(7). С. 25–29.

20. Digital Material: Tracing New Media in Everyday Life and Technology / ed. by Marianne van den Boomen, Sybille Lammes, Ann-Sophie Lehmann, Joost Raessens, Mirko Tobias Schäfer. Amsterdam, 2009. 304 p.

21. Fayvishenko D., Aldankova H., Shkurov Ye. Cultivating Professional Competencies in Advertising Students Amidst Digital Transformation. *Proceedings of Azerbaijan High Technical Educational Institutions Journal.* Forthcoming. 2024. DOI: https://doi.org/10.2139/ssrn.4770118.

22. Greene K. T., Pisharody N., Guevara A., Evans N., Shapiro J. N. An evaluation of online information acquisition in US news deserts. *Scientific Reports*. 2024. Vol. 14. 27780. DOI: https://doi.org/10.1038/s41598-024-77303-y.

23. Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1989. 301 p.

24. Huang L. Fan culture of urban communication: Exploring urban branding through social platforms. *SHS Web of Conferences.* 2024. Vol. 200. 01008. DOI: https://doi.org/10.1051/shsconf/202420001008.

25. Huang M., Fang Z., Weibel R., Zhang T., Huang H. Dynamic optimization models for displaying outdoor advertisement at the right time and place. *International Journal of Geographical Information Science.* 2020. DOI: https://doi.org/10.1080/13658816.2020.1823396.

26. Hurova I. V., Shkurov Y. V. Man in digitized urban socio-cultural space. *Anthropological Measurements of Philosophical Research.* 2023. № 24. С. 75–87. DOI: https://doi.org/10.15802/ampr.v0i24.295321.

27. Hussain T., Wang D., Li B. Stakeholder perspectives on the role of social media in urban green space, land management, and resilience in Gilgit-Baltistan. *Land.* 2024. Vol. 13, No. 7. 962. DOI: https://doi.org/10.3390/land13070962.

28. Interactive Advertising Bureau, PwC. Internet advertising revenue report 2024. IAB. 2024. URL: https://www.iab.com/wp-content/uploads/2024/04/IAB_PwC_Internet_Ad_Revenue_Report_2024.pdf.

29. International Telecommunication Union. Measuring digital development: Facts and figures 2024. ITU. 2024. URL: https://www.itu.int/hub/publication/D-IND-ICT_MDD-2024-4/.

30. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for humanity. New York, NY: John Wiley & Sons, 2021. 224 p

31. Kyiianytsia I., Holik O., Kurban O., Yatsiuk D., Shkurov Y. Information hygiene in the media space as a factor of environmental consciousness of society. *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research.* 2023. Vol. 13, issue 2, special issue XXXVI. P. 73–79. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130236/PDF/130236.pdf

32. McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory. 6th ed. London: Sage Publications, 2010. 621 p.

33. McQuire S. Beyond the smart city: A communications-led agenda for twenty-first century cities. Online Media Global Communication. 2023. Vol. 2, No. 2. P. 148–169. DOI: https://doi.org/10.1515/omgc-2023-0018.

34. Odendaal N. Beyond informality: Expanding the scope of Southern smart urbanism. Dialogues in Human Geography. 2023. Vol. 14, No. 3. P. 407–410.

35. Panchenko L., Khomiak A. Cloud technologies for training future sociologists of visualizing data of social and demographic statistics. *Transactions of Georgian Technical University. Automated Control Systems*. 2018. № 2(26). P. 153–156.

36. Perevozova I., Fayvishenko D., Melnykovych O., Nemish Yu., Shkurov Ye. Formation of a brand of sustainable industrial development in the postwar period. *Науковий вісник Національного гірничого університету*. 2022. № 3. С. 179–184.

37. Prokopenko O., Rusavska V., Maliar N., Tvelina A., Opanasiuk N., Aldankova H. Digital-Toolkit for Sports Tourism Promoting. *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology*. 2020. Vol. 11, No. 5. P. 84–96.

38. Sassen S. The global city: New York, London, Tokyo. Princeton : Princeton University Press, 2001. 447 p.

39. Shkurov Y. V., Yatsiuk D. V. Implementation of augmented reality in marketing communications. *Қорқыт Ата атындағы Қызылорда университетінің Хабаршысы: Экономика ғылымдары сериясы*. 2024. № 1(5). URL: https://vestnik.korkyt.kz/wp-content/uploads/2024/12/EcJ-N1-Volum-5-2024-1.pdf.

40. Su L., Chen W., Zhou Y., Fan L. Exploring city image perception in social media big data through deep learning: A case study of Zhongshan City. *Sustainability.* 2023. Vol. 15, No. 4. 3311. DOI: https://doi.org/10.3390/su15043311.

41. Swallehe O., Mwilongo K. A systematic review on the extant of outdoor advertisements literature in developing countries. *Open Journal of Business and Management.* 2022. Vol. 10, No. 4. P. 1676–1694. DOI: https://doi.org/10.4236/ojbm.2022.104086.

42. UN Habitat. World smart cities outlook 2024. United Nations Human Settlements Programme. 2024. URL: https://unhabitat.org/sites/default/files/2024/12/un_smart_city_outlook.pdf.

43. UNESCO. AI and the future of journalism: an issue brief for stakeholders. 2024. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000391214?posInSet=15&queryId=917efaba-93f7-46c2-b07a-cd18f0d87c23.

44. UNESCO. Operational Guidelines: Constructing UNESCO Media and Information Literacy Cities. 2024. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000391748

45. UNESCO. World trends in freedom of expression and media development: Global report 2021/2022. UNESCO. 2022. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379826.

46. United Nations. The New Urban Agenda. 2017. URL: https://habitat3.org/wp-content/uploads/NUA-English.pdf

47. We Are Social, DataReportal. Digital 2025: Global overview report. 2025. URL: https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2025/02/GDR-2025-v2.pdf.

48. Zasoba Ie., Khomiak A., Panchenko L., Korzhov H. The governance of global labor migration: Literature review. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право.* 2020. № 3(47). С. 29–36.

Panchenko L.F., Aldankova H.V., Yatsiuk D.V. DIGITALIZATION OF SOCIAL COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE TRANSFORMATIONS OF THE SOCIAL AND COMMUNICATION SPACE OF THE CONTEMPORARY CITY

This article provides a comprehensive theoretical analysis of the digitalization of social communication technologies within the transformations of the social and communication space of the contemporary city. It demonstrates that mobile applications, algorithmic platforms, and distributed journalism construct a new topology of publicness, where informational codes act as symbolic resources capable of synchronising urban residents' experiences. Particular attention is given to the phenomenon of digital inequality, which structures access to information resources according to gender, age, and economic criteria, thereby deepening social stratification. Advertising screens and AR interfaces serve as integrators of «commodity rhythms», yet

simultaneously intensify algorithmic visibility selection. Journalism as a public good is increasingly pressured by generative AI, which reduces web traffic and complicates fact verification. The article emphasises that digitalization, while creating new opportunities for inclusion and civic participation, simultaneously exacerbates access asymmetries and generates risks of algorithmic segregation. It is argued that the contemporary digital city operates as a media-ecological system, where technological innovations, economic models, and cultural practices interact to form a hybrid public sphere. The article underscores the necessity of critically rethinking the concept of the public sphere in conditions of growing infrastructural power of platforms and challenges related to information reliability, digital sovereignty, and cultural justice. It proposes viewing digital transformation as a multidimensional process requiring an integration of technological solutions with policies of social justice, media literacy, and equitable access to information resources. Directions for further research are outlined, particularly in participatory urbanism, critical media infrastructure, and resilience of digital communication networks in urban environments.

Key words: *city, digitalization, media, journalism, advertising, culture, communications, marketing, digital marketing, brand, social networks, e-governance, innovation, modernisation, migration, sociological research.*

Відомості про авторів

Алданькова Г. В. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики та реклами Державного торговельно-економічного університету.

Аліменко О. С. – кандидат філологічних наук, асистент кафедри мов і літератур Далекого Сходу та Південно-Східної Азії Навчально-наукового Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Андріанов Д. В. – доктор філософії зі спеціальності 035 – Філологія, асистент кафедри мов і літератур Далекого Сходу та Південно-Східної Азії Навчально-наукового інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Бабенко В. С. – доктор філософії за спеціальністю 061 – Журналістика, старший викладач кафедри журналістики Університету митної справи та фінансів

Бабич В. І. – кандидат філологічних наук, доктор філософії, доцент кафедри журналістики та філології ПЗВО «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика»

Балюн О. О. – кандидат історичних наук, доцент кафедри видавничої справи та редагування навчально-наукового видавничо-поліграфічного інституту Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Бігун О. А. – завідувач кафедри французької філології Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

Бідзіля Ю. М. – доктор наук із соціальних комунікацій, професор, декан факультету ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Білічак О. І. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри мовознавства Івано-Франківського національного медичного університету

Біловус Л. І. – доктор історичних наук, кандидат філологічних наук, професор, професор кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності Західноукраїнського національного університету

Благовірна Н. Б. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій Волинського національного університету імені Лесі Українки

Бойко Я. В. – доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри філології та перекладу Київського національного університету технології та дизайну

Воскобойник В. І. – кандидатка філологічних наук, доцентка, завідувачка кафедри романо-германської філології Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка

Гавришків Н. Б. – старший викладач кафедри іноземних мов Львівського національного університету природокористування

Ганцюк Т. Д. – кандидат наук з державного управління, доцент, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Гецко Г. І. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Городецька Н. Г. – кандидат психологічних наук, доцент, доцент, завідувач кафедри іноземних мов Львівського національного університету природокористування

Горська К. О. – доктор наук із соціальних комунікацій, професор Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Гуляк К. В. – студентка спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Гурбанова А. – проректор з кадрової та організаційної роботи Університету Одлар Юрду

Дзекун Ю. В. – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри романо-германської філології Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка

Захаров В. В. – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри тележурналістики Київського національного університету культури і мистецтв

Ісмаїлова Ш. – науковий співробітник відділу теорії літератури Інституту літератури імені Нізамі Гянджеві Національної академії наук Азербайджан

Йордан Г. М. – кандидат технічних наук, доцент кафедри журналістики Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

Калиновська І. М. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри практики англійської мови Волинського національного університету імені Лесі Українки

Кінджибала О. С. – доктор філософії зі спеціальності 011 – Освітні, педагогічні науки, асистентка кафедри мов і літератур Далекого Сходу та Південно-Східної Азії Навчально-наукового інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Ковпік С. І. – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри української та зарубіжної літератур Криворізького державного педагогічного університету

Козубенко Л. М. – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри української і зарубіжної літератури та методики навчання Університету Григорія Сковороди в Переяславі

Коляда Е. К. – кандидат філологічних наук, професор, завідувач кафедри практики англійської мови Волинського національного університету імені Лесі Українки

Конєв Д. С. – аспірант кафедри журналістики та філології Сумського державного університету

Корзакова Х. Б. – доктор філологічних наук, викладачка кафедри класичної філології Університету Бар-Ілан

Косюк О. М. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій Волинського національного університету імені Лесі Українки

Кошелюк О. В. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій Волинського національного університету імені Лесі Українки

Кравченко Л. С. – доктор філологічних наук, професор кафедри зарубіжної літератури та полоністики факультету української та іноземної філології Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка

Красненко О. Л. – доктор філософії, старший викладач кафедри тележурналістики Київського національного університету культури і мистецтв

Крук З. М. – асистент кафедри французької філології Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

Кушнір І. Б. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри світової літератури Львівського національного університету імені Івана Франка

Лаврик О. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності та медіакомунікацій Інституту гуманітарних наук Національного університету «Одеська політехніка»

Левко У. Е. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри польської філології Львівського національного університету імені Івана Франка

Литвиненко А. І. – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри кіно- і телемистецтва Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Луцик Н. М. – асистент кафедри французької філології Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

Мельникова-Курганова О. С. – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики Державного університету «Київський авіаційний інститут»

Мина Ж. В. – кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Національного університету «Львівська політехніка»

Мусій В. Б. – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри періодичної преси та медіаредагування Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Науменко Н. В. – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри іноземних мов професійного спрямування Національного університету харчових технологій

Нестелєєв М. А. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри германської та слов'янської філології ДВНЗ «Донбаський державний педагонічний університет»

Новікова О. В. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри англійської мови для нефілологічних спеціальностей Дніпровського національного університету Імені Олеся Гончара

Одарчук Н. А. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри практики англійської мови Волинського національного університету імені Лесі Українки

Оксінь Н. С. – магістрантка кафедри мов і літератур Далекого Сходу та Південно-Східної Азії Навчально-наукового інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Олійник О. С. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри перекладу, прикладної та загальної лінгвістики Центральноукраїнського державного університету імені Володимира Винниченка

Опар Н. В. – кандидат наук з державного управління, доцент, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Павлішена Л. В. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української мови і літератури Хмельницької гуманітарно-педагогічної академії

Панченко Л. Ф. – доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри соціології Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Пикалюк Р. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української філології та журналістики Центральноукраїнського державного університету імені Володимира Винниченка

Пономаренко О. О. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри перекладу, заступник декана з науково-педагогічної та методичної роботи Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського

Сава К. Р. – аспірантка кафедри романської філології Волинського національного університету імені Лесі Українки

Сікорська В. Ю. – кандидат філологічних наук, доцент, завідувачка кафедри журналістики та мовної комунікації Одеського національного морського університету

Сокіл М. Б. – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Національного університету «Львівська політехніка»

Станіслав О. В. – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри романської філології Волинського національного університету імені Лесі Українки

Стасюк Б. В. – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри перекладу, прикладної та загальної лінгвістики Центральноукраїнського державного університету імені Володимира Винниченка

Степанов В. В. – доктор філософії зі спеціальності 035 – Філологія, старший викладач кафедри германської філології Сумського державного університету

Стєкольщикова В. А. – кандидат наук із соціальних комунікацій, доктор філософії, доцент, завідувачка кафедри журналістики та філології ПЗВО «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика»

Суїма І. П. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри англійської мови для нефілологічних спеціальностей Дніпровського національного університету Імені Олеся Гончара

Сунько Н. О. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри лінгвістики та перекладу Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Тарасюк В. Ю. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Теребус О. Л. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій Волинського національного університету імені Лесі Українки

Тогобицька А. І. – старший викладач кафедри корейської і японської філології факультету східної і слов'янської філології Київського національного лінгвістичного університету

Фисун Д. М. – магістр кафедри видавничої справи та редагування навчально-наукового видавничо-поліграфічного інституту Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Фісенко Т. В. – кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент кафедри видавничої справи та редагування навчально-наукового видавничо-поліграфічного інституту Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Швед В. Б. – магістр І року навчання кафедри лінгвістики та перекладу Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Швець Т. В. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української мови і літератури Хмельницької гуманітарно-педагогічної академії

Шишко А. В. – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри перекладу Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського

Шпак М. В. – кандидат юридичних наук, асистент кафедри цивільної юстиції та адвокатури Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого

Шуневич Б. І. – доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри іноземних мов Львівського національного університету природокористування

Щербак Д. С. – студентка-магістр кафедри германської філології Сумського державного університету

Яцюк Д. В. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики та реклами Державного торговельно-економічного університету.

Науковий журнал

ВЧЕНІ ЗАПИСКИ
ТАВРІЙСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО

Серія: Філологія. Журналістика

Том 36 (75) № 2 2025

Частина 2

Коректура • *Н. Пирог*

Комп'ютерна верстка • *О. Молодецька*

Адреса редакції:
Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського
м. Київ, вул. Джона Маккейна, 33
Електронна пошта: editor@philol.vernadskyjournals.in.ua
Сторінка журналу: www.philol.vernadskyjournals.in.ua

Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.
Папір офсетний. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 33,25. Ум. друк. арк. 35,81. Зам. № 0425/296
Підписано до друку 28.03.2025. Наклад 150 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
65101, м. Одеса, вул. Інглезі, 6/1
Телефон +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 7623 від 22.06.2022 р.