

**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 35 (74) № 1 2024**

**Частина 2**



Видавничий дім  
«Гельветика»  
2024

**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 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 славистики, Опольський університет, Ополье, 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** – кандидатка філологічних наук, доцентка, доцентка 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 № 12 від 25 квітня 2024 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.

**Журнал включено до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б»)  
зі спеціальностей 035 – Філологія, 061 – 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](http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua)

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

© Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського, 2024

## ЗМІСТ

### ТЮРКСЬКІ МОВИ

**Elsayed I. F. A.**

PHONETIC CHANGES IN ARABIC ANTHROPONYMS USED  
IN THE AZERBAIJANI LANGUAGE.....1

### СЕМІТСЬКІ МОВИ

**Кучеренко А. О.**

МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ АРАБСЬКОГО ДИПЛОМАТИЧНОГО ДИСКУРСУ  
В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА (НА МАТЕРІАЛАХ МЕРЕЖІ TWITTER/X).....8

### КЛАСИЧНІ МОВИ. ОКРЕМІ ІНДОЄВРОПЕЙСЬКІ МОВИ

**Чекарева Є. С.**

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ ВІЙНА В ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІЙ СИСТЕМІ  
ДАВНЬОГРЕЦЬКОЇ МОВИ.....15

### СТРУКТУРНА, ПРИКЛАДНА ТА МАТЕМАТИЧНА ЛІНГВІСТИКА

**Філюк Л. М.**

ПСИХОСЕМАНТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ПОЛЯ  
МЕДИЧНИХ КОНЦЕПТІВ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВНІЙ СВІДОМОСТІ.....21

**Черниш О. А., Білошицька З. А., Біляк І. В.**

ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ ЖАНРУ «КОМІКС».....27

### ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО

**Подковирофф Н. Т. С.**

ХАРАКТЕР КОМУНІКАЦІЇ ДРАМАТУРГА І РЕЖИСЕРА  
В ДІАХРОНІЧНОМУ АСПЕКТІ.....34

**Samadova U.**

THE IMPACT OF OLD-TYPE WESTERN LITERATURE  
ON OTTOMAN LITERATURE AFTER 1839.....40

### УКРАЇНСЬКА ЛІТЕРАТУРА

**Герасименко Н. В., Кулінська Я. І.**

ВІЗІЯ ВІЙНИ У ДИТЯЧИХ ЩОДЕННИКАХ  
(НА МАТЕРІАЛІ МАРІУПОЛЬСЬКИХ ТЕКСТІВ).....46

**Кириленко Н. І., Якименко В. Е.**

ХУДОЖНЬО-СТИЛЬОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ЛІТЕРАТУРНОГО ПРОЦЕСУ  
70–80-Х РОКІВ ХХ СТОЛІТТЯ.....51

**Ленська С. В.**

КОНЦЕПТ «СМЕРТЬ» У РАННІЙ НОВЕЛІСТИЦІ Б. АНТОНЕНКА-ДАВИДОВИЧА.....56

### ЛІТЕРАТУРА СЛОВ'ЯНСЬКИХ НАРОДІВ

**Поліщук Л. Б.**

МИСТЕЦЬКА СПЕЦИФІКА ФЛОРНОМЕНІВ У СУЧАСНІЙ ЖІНОЧІЙ ПОЛЬСЬКІЙ  
ПОЕЗІЇ (НА МАТЕРІАЛІ ТВОРЧОСТІ *MARIA W. SZYMBORSKIEJ* ТА *J. BAZIAK*).....62

## ЛІТЕРАТУРА ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН

<b>Абрамович С. Д.</b> ХРИСТИЯНСЬКА ЛІТУРГІЯ ЯК САКРАЛЬНА ГРА.....	67
<b>Aliyeva T.</b> THE NARRATIVES OF RASHID BEY EFENDIYEV AND EYNALI BEY SULTANOV WITHIN THE FRAMEWORK OF DIDACTIC REALIST PROSE.....	73
<b>Aliyeva Sh. Sh.</b> CRITICAL REALISM AND IRONY IN JALIL MAMMADGULUZADEH'S DRAMA "THE DEAD".....	78
<b>Babasoy U. A.</b> EXPLORING POSTMODERN AESTHETICS IN THE NOVELS OF HASAN ALI TOPTASH.....	85
<b>Guliyeva S. H.</b> THE PROBLEM OF WOMEN'S FREEDOM IN AZERBAIJAN IN THE EARLY 20TH CENTURY IN FEUILLETONS .....	91
<b>Заярна І. С.</b> ХУДОЖНЄ ОСМИСЛЕННЯ ПРОЦЕСІВ РУРАЛІЗАЦІЇ ТА ІМАГОЛОГІЧНИЙ ДИСКУРС У КНИЗІ ПІТЕРА МЕЙЛА «РІК У ПРОВАНСІ».....	99
<b>Костромицький Р. І.</b> СИМВОЛІКА ЛАБІРИНТУ В РОМАНІ УМБЕРТО ЕКО «ІМ'Я ТРОЯНДИ».....	108
<b>Лазірко Н. О.</b> РОМАНТИЧНА ТРАДИЦІЯ КРИСТІАНА ДІТРИХА ГРАББЕ В РЕЦЕПЦІЇ ВОЛОДИМИРА ДЕРЖАВИНА.....	114
<b>Mammadova E. E.</b> THE CONCEPT OF SACRED PRAISE IN MAGICAL REALISM: ON THE BASE OF THE WORK "INCOMPLETE MANUSCRIPT" WHICH WAS WRITTEN BY KAMAL ABDULLA.....	119
<b>Науменко Н. В.</b> СТАНОВЛЕННЯ ІРОНІЧНОГО ДИСКУРСУ У П'ЄСІ Л. ПІРАНДЕЛЛО «ШЕСТЕРО ПЕРСОНАЖІВ У ПОШУКАХ АВТОРА».....	124
<b>ТЕОРІЯ ЛІТЕРАТУРИ</b>	
<b>Моклиця Г. В.</b> ЦАР ЕДИП І ДОН ЖУАН: ДРАМА ЛЕСІ УКРАЇНКИ «КАМІННИЙ ГОСПОДАРЬ».....	132
<b>МОВИ НАРОДІВ АЗІЇ, АФРИКИ, АБОРИГЕННИХ НАРОДІВ АМЕРИКИ ТА АВСТРАЛІЇ</b>	
<b>Нестеренко О. О.</b> ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКОНАННЯ В КИТАЙСЬКОМОВНОМУ НАУКОВОМУ ТЕКСТІ.....	138
<b>ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ</b>	
<b>Колкутіна В. В.</b> ІНТЕРВ'Ю ЯК НАРАТИВ У СТРУКТУРІ СУЧАСНОГО СТОРІТЕЛІНГУ.....	143
<b>Літвінчук І. С.</b> ЕФЕКТИВНІСТЬ КОМУНІКАЦІЇ В МЕДІА ПІД ЧАС КРИЗИ.....	148

<b>Субота І. В.</b> СТРАТЕГІЇ МАСКУВАННЯ АНТИУКРАЇНСЬКОЇ РИТОРИКИ У РОСІЙСЬКОМУ ПРОПАГАНДИСТСЬКОМУ ДИСКУРСІ.....	153
--	-----

## **ДОКУМЕНТОЗНАВСТВО, АРХІВОЗНАВСТВО**

<b>Чернявська С. М., Лухіна М. Ю., Дяченко О. В.</b> ПРОФЕСІЙНА КУЛЬТУРА ДОКУМЕНТОЗНАВЦЯ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	159
---	-----

## **ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ**

<b>Герасимович В. А., Мединська О. Я., Слюсаренко К. В.</b> ФЕЙКОВІ НОВИНИ ТА ДЕЗІНФОРМАЦІЯ В УМОВАХ ВІЙНИ: СТРАТЕГІЇ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ, ВПЛИВ НА СУСПІЛЬСТВО.....	165
---	-----

<b>Гудзь А. В.</b> ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОНТЕНТУ, ЯКИЙ ФОРМУЄ ОБРАЗ ВОЇНІВ-ЗАХИСНИКІВ ТА ЗАХИСНИЦЬ УКРАЇНИ .....	173
---	-----

<b>Савчук Р. Л., Шевчук Г. І.</b> ДОКУМЕНТАЛЬНІ ПРОГРАМИ-СПОГАДИ ПРО ГЕРОЯ УКРАЇНИ ВІТАЛІЯ МЕРІНОВА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ.....	180
--	-----

<b>Шульська Н. М., Зінчук Р. С., Науменко Л. М.</b> (НЕ)КОРЕКТНА ЛЕКСИКА В СУЧАСНІЙ МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ: ЕТИЧНІ НОРМИ ТА МОВНА ПРАКТИКА.....	187
---	-----

<b>Шульська Н. М., Салтан В. Л., Римар Н. Ю.</b> ЛЕКСИЧНІ ОДИНИЦІ В МЕДІАТЕКСТАХ ПРО РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКУ ВІЙНУ: МОВНА АКТУАЛІЗАЦІЯ І ДОЦІЛЬНІСТЬ УЖИВАННЯ.....	193
---	-----

## **ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ**

<b>Бадіон С. В.</b> СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, «ЄДИНІ НОВИНИ» ТА МЕДІАРИНОК УКРАЇНИ В ПЕРІОД ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ.....	1999
--	------

<b>Baliun O. O., Fisenko T. V., Solomka P. I.</b> FOREIGN EXPERIENCE OF IMPLEMENTING ECOLOGICAL RESPONSIBILITY BY FASHION BRANDS.....	208
---	-----

<b>Білан Н. І., Нетреба М. М.</b> ПРЕСМАРАФОН ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ ЯК НОВИЙ МЕДІАФОРМАТ ПОДІЄВОЇ КОМУНІКАЦІЇ (НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ ІНТЕРВ'Ю ЕКСПЕРТІВ-ЖУРНАЛІСТІВ).....	217
---	-----

<b>Горбенко Г. В., Нетреба М. М., Ужанська Т. І.</b> ЦИФРОВА КРЕАТИВНА СТРАТЕГІЯ ТА ВІЗУАЛЬНА АЙДЕНТИКА ЯК ЧИННИКИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ СЕРЕД МОЛОДІ: КЕЙС УНІВЕРСИТЕТУ ГРІНЧЕНКА.....	224
---	-----

<b>Грушевська Ю. А.</b> СОЦІОПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ РЕКЛАМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....	230
--	-----

<b>Omelchenko M. V.</b> UKRAINIAN WARTIME NATION BRANDING DURING THE RUSSO-UKRAINIAN WAR.....	236
---	-----

<b>Хлисту́н І. В.</b> СОЦІАЛЬНА ПРОБЛЕМАТИКА РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ У ПЕРІОД ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РОСІЇ В УКРАЇНУ (НА МАТЕРІАЛІ ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЇ «СУСПІЛЬНЕ ЧЕРКАСИ»).....	246
<b>Цапок О. М., Коваль С. В.</b> ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У СУЧАСНОМУ КОПРАЙТИНГУ .....	253
<b>Шульженко А. С.</b> ІНФОРМАЦІЙНА НАСИЧЕНІСТЬ ПОВІДОМЛЕНЬ СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО АГЕНТСТВА «АРМІЯІNFORM».....	261
<b>УКРАЇНСЬКА МОВА</b>	
<b>Сюта Г. М.</b> ВІЙСЬКОВІ ФЕМІНТИВИ: АСИМЕТРИЧНІСТЬ ВЖИВАННЯ В ОФІЦІЙНО-ДІЛОВІЙ ТА МЕДІЙНІЙ ПРАКТИЦІ .....	266
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ.....	273

## CONTENTS

### TURKIC LANGUAGES

- Elsayed I. F. A.**  
PHONETIC CHANGES IN ARABIC ANTHROPONYMS USED  
IN THE AZERBAIJANI LANGUAGE.....1

### SEMITIC LANGUAGES

- Kucherenko A. O.**  
LANGUAGE PECULIARITIES OF ARAB DIPLOMATIC DISCOURSE  
IN SOCIAL MEDIA (ON MATERIALS OF TWITTER/X NETWORK).....8

### CLASSICAL LANGUAGES. SOME INDO-EUROPEAN

- Chekareva Ye. S.**  
VERBALIZATION OF THE CONCEPT OF WAR IN THE LEXICAL-SEMANTIC  
SYSTEM OF THE ANCIENT GREEK.....15

### STRUCTURAL, APPLIED, AND MATHEMATICAL LINGUISTICS

- Filiuk L. M.**  
PSYCHOSEMANTIC MODELING OF THE CONCEPTUAL FIELD  
OF MEDICAL CONCEPTS IN UKRAINIAN LANGUAGE AWARENESS.....21

- Chernysh O. A., Biloshytska Z. A., Biliak I. V.**  
LINGUISTIC FEATURES OF THE “COMICS” GENRE.....27

### LITERARY STUDIES

- Podkovyoff N. T. S.**  
THE NATURE OF COMMUNICATION BETWEEN THE PLAYWRIGHT  
AND THE DIRECTOR IN THE DIACHRONIC ASPECT.....34

- Samadova U.**  
THE IMPACT OF OLD-TYPE WESTERN LITERATURE  
ON OTTOMAN LITERATURE AFTER 1839.....40

### UKRAINIAN LITERATURE

- Gerasimenko N. V., Kulinska Ya. I.**  
VISION OF WAR IN CHILDREN’S DIARIES (BASED ON MARIUPOL TEXTS).....46

- Kirilenko N. I., Jakimenko V. E.**  
ARTISTIC AND STYLE TENDENCIES OF THE LITERARY PROCESS  
OF THE 70–80S OF THE 20TH CENTURY.....51

- Lenska S. V.**  
THE CONCEPT OF “DEATH” IN THE EARLY SHORT STORIES  
BY B. ANTONENKO-DAVYDOVYCH.....56

### LITERATURE OF THE SLAVIC PEOPLES

- Polishchuk L. B.**  
ARTISTIC SPECIFICITY OF FLORONOMENA IN CONTEMPORARY  
FEMALE POLISH POETRY (BASED ON THE WORK OF MARIA WISŁAWA  
ANNA SZYMBORSKA AND J. BAZIAK).....62

## LITERATURE OF FOREIGN COUNTRIES

<b>Abramovych S. D.</b> CHRISTIAN LITURGY AS A SACRED GAME.....	67
<b>Aliyeva T.</b> THE NARRATIVES OF RASHID BEY EFENDIYEV AND EYNALI BEY SULTANOV WITHIN THE FRAMEWORK OF DIDACTIC REALIST PROSE.....	73
<b>Aliyeva Sh. Sh.</b> CRITICAL REALISM AND IRONY IN JALIL MAMMADGULUZADEH'S DRAMA "THE DEAD" .....	78
<b>Babasoy U. A.</b> EXPLORING POSTMODERN AESTHETICS IN THE NOVELS OF HASAN ALI TOPTASH.....	85
<b>Guliyeva S. H.</b> THE PROBLEM OF WOMEN'S FREEDOM IN AZERBAIJAN IN THE EARLY 20TH CENTURY IN FEUILLETONS .....	91
<b>Zayarna I. S.</b> ARTISTIC EMBODIMENT OF RURALIZATION PROCESSES AND IMAGOLOGICAL DISCOURSE IN PETER MAIL'S BOOK "A YEAR IN PROVENCE".....	99
<b>Kostromitsky R. I.</b> THE SYMBOLISM OF THE LABYRINTH IN THE NOVEL "THE NAME OF THE ROSE" BY UMBERTO ECO.....	108
<b>Lazirko N. O.</b> THE ROMANTIC TRADITION OF CHRISTIAN DIETRICH GRABBE AT THE RECEPTION OF VOLODYMIYR DERZHAVYN.....	114
<b>Mammadova E. E.</b> THE CONCEPT OF SACRED PRAISE IN MAGICAL REALISM: ON THE BASE OF THE WORK "INCOMPLETE MANUSCRIPT" WHICH WAS WRITTEN BY KAMAL ABDULLA.....	119
<b>Naumenko N. V.</b> MAINTENANCE OF IRONIC DISCOURSE IN L. PIRANDELLO'S <i>SEI PERSONAGGI IN CERCA D'AUTORE</i> .....	124
<b>THEORY OF LITERATURE</b>	
<b>Moklytsia H. V.</b> OEDIPUS KING AND DON JUAN: THE DRAMA OF LESYA UKRAINKA "THE STONE MASTER" .....	132
<b>LANGUAGES OF THE PEOPLES OF ASIA, AFRICA, INDIGENOUS PEOPLES OF AMERICA AND AUSTRALIA</b>	
<b>Nesterenko O. O.</b> VERBALIZATION OF THE COMMUNICATIVE STRATEGY OF PERSUASION IN CHINESE SCIENTIFIC TEXTS.....	138



## **THEORY AND HISTORY OF SOCIAL COMMUNICATIONS**

**Kolkutina V. V.**

THE INTERVIEW AS A NARRATIVE IN THE STRUCTURE  
OF MODERN STORYTELLING.....143

**Litvinchuk I. S.**

THE EFFECTIVENESS OF COMMUNICATION  
IN THE MEDIA DURING A CRISIS.....148

**Subota I. V.**

STRATEGIES FOR MASKING ANTI-UKRAINIAN RHETORIC  
IN RUSSIAN PROPAGANDA DISCOURSE.....153

## **DOCUMENTATION SCIENCE, ARCHIVAL SCIENCE**

**Cherniavska S. M., Lukhina M. Yu., Dyachenko O. V.**

PROFESSIONAL CULTURE OF A DOCUMENTIST  
IN THE DIGITAL ENVIRONMENT.....159

## **THEORY AND HISTORY OF JOURNALISM**

**Herasymovych V. A., Medynska O. Ya., Slyusarenko K. V.**

FAKE NEWS AND DISINFORMATION IN WARTIME: DISSEMINATION  
STRATEGIES AND IMPACT ON SOCIETY.....165

**Hudz A. V.**

GENRE AND THEMATIC FEATURES OF THE CONTENT THAT FORMS  
THE IMAGE OF SOLDIERS-DEFENDERS OF UKRAINE.....173

**Savchuk R. L., Shevchuk H. I.**

DOCUMENTARY PROGRAMS-MEMOIRS ABOUT THE HERO  
OF UKRAINE VITALIY MERINOV IN THE INFORMATION SPACE.....180

**Shulska N. M., Zinchuk R. S., Naumenko L. M.**

(IN)CORRECT LEXICON IN MODERN MEDIA COMMUNICATION:  
ETHICAL NORMS AND LANGUAGE EXPERIENCE.....187

**Shulska N. M., Saltan V. L., Rymar N. Yu.**

LEXICAL UNITS IN MEDIA TEXTS ABOUT THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR:  
LINGUISTIC ACTUALIZATION AND FEASIBILITY OF USE.....193

## **APPLIED SOCIAL AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES**

**Badion S. V.**

SOCIAL NETWORKS, “UNITED NEWS” TELETHON  
AND THE MEDIA MARKET IN UKRAINE DURING A FULL-SCALE WAR.....199

**Baliun O. O., Fisenko T. V., Solomka P. I.**

FOREIGN EXPERIENCE OF IMPLEMENTING ECOLOGICAL RESPONSIBILITY  
BY FASHION BRANDS.....208

**Bilan N. I., Netroba M. M.**

PRESS MARATHON OF THE PRESIDENT OF UKRAINE  
AS A NEW MEDIA FORMAT OF EVENT COMMUNICATION  
(BASED ON THE ANALYSIS OF INTERVIEWS WITH EXPERT JOURNALISTS).....217

<b>Horbenko H. V., Netroba M. M., Uzhanska T. I.</b> DIGITAL CREATIVE STRATEGY AND VISUAL IDENTITY AS FACTORS IN PROMOTING A SCIENTIFIC CONFERENCE AMONG YOUNG PEOPLE: THE CASE OF BORYS GRINCHENKO KYIV METROPOLITAN UNIVERSITY .....	<b>224</b>
<b>Hrushevska Yu. A.</b> SOCIO-PRAGMATIC ASPECT OF MODERN UKRAINIAN ADVERTISING COMMUNICATION.....	<b>230</b>
<b>Omelchenko M. V.</b> UKRAINIAN WARTIME NATION BRANDING DURING THE RUSSO-UKRAINIAN WAR.....	<b>236</b>
<b>Khlystun I. V.</b> SOCIAL PROBLEMS OF THE REGIONAL MASS MEDIA DURING THE FULL-SCALE INVASION OF RUSSIA IN UKRAINE (BASED ON THE MATERIAL OF THE SOCIAL CHERKASY TV AND RADIO COMPANY).....	<b>246</b>
<b>Tsapok O. M., Koval S. V.</b> PARTICULARITIES OF USING DIGITAL TOOLS IN MODERN COPYRIGHTING.....	<b>253</b>
<b>Shulzhenko A. S.</b> INFORMATION LOAD OF MESSAGES OF THE SPECIALIZED AGENCY “ARMYINFORM”.....	<b>261</b>
<b>UKRAINIAN LANGUAGE</b>	
<b>Siuta G. M.</b> MILITARY FEMINITIVES: ASYMMETRY OF USAGE IN OFFICIAL AND MEDIA PRACTICE.....	<b>266</b>
INFORMATION ABOUT THE AUTHORS.....	<b>273</b>

# ТЮРКСЬКІ МОВИ

UDC 811

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/01>*Elsayed I. F. A.*

Baku State University

## PHONETIC CHANGES IN ARABIC ANTHROPONYMS USED IN THE AZERBAIJANI LANGUAGE

*Linguistic facts show that although borrowings from the Arabic language do not fully reflect specific Arabic sounds, they entered the Azerbaijani language, most of them were used as general words, and in some cases acquired new semantic shades. Therefore, although some borrowed words of Arabic origin have the same structure, as their semantics indicates, these words contain either close or completely different meanings, so these words are similar in form structure, but different in meaning. The translation of the majority of names of Arabic origin into the Azerbaijani language differs in terms of both meaning and phonetic features. Derived anthroponyms entered the vocabulary of the Azerbaijani language with phonetic and lexical differences. In a certain sense, personal names of Arabic origin have been pronounced according to the phonetic phenomena of the Azerbaijani language. It should be noted that these names are pronounced somewhat differently in Arabic. When the fields of phonetics, lexicology, and onomastics are applied separately or together to language materials, a number of realities are revealed. In this regard, a large number of Arabic words that have historically entered the Azerbaijani language have been actively participating in the daily communication of the people as the main and vital words of the Azerbaijani language vocabulary for 1400 years. Most of these words are in use from the beginning of the 8th century to the Arab Caliphate, and they have no equivalent in the Azerbaijani language. Due to its geographical area and surface and underground resources, as well as its talented and hard-working people, Azerbaijan has been a victim of a number of global states – empires, in a way. The Greeks, Romans, Mongols, Persians, and Russians set their sights on it and managed to keep it under their rule for a certain period. The purpose of giving such an excursus is that the Azerbaijani language, like an Eastern language, is not so inclined to Western elements, even though it was under Russian occupation for 200 years, it received a very small, imperceptible amount of words from this language.*

**Key words:** Arabic origin, anthroponyms, phonetic changes, personal names, vocabulary composition, borrowings.

**Introduction.** The Arabic language, as the magnificent Eastern language of the world, has been easily accepted by the spirituality of the Azerbaijani people along with the Islamic religion.

In the conducted research, the phonetic and lexical peculiarities of the words of Arabic origin, which have passed into the Azerbaijani language, their internal capabilities and differences have been revealed.

**The actuality of the subject.** Historically, it is clear that there are a large number of words of Arabic origin in the lexicon of the Azerbaijani language. The reason for this is the influence of the Arab invasion 1400 years ago. Along with the Islamic religion, Azerbaijan has immersed itself in Arabic terms in almost

all spheres of life. Over time, these types of words spread widely among the people and turned from neologisms into common words. Even in a time when the Arabic language is no longer influenced, that lexicon has not lost its importance and is still being used.

In linguistics, the issue of studying names of Arabic origin is one of the issues in the center of attention. Different conclusions have been drawn from different positions in linguistics.

It is known that, excluding verbs, innumerable names of Arabic origin – both common and special names – have passed into the Azerbaijani language. Their investigation in separate aspects and the conclusions reached covered various points.

**The subject of the study.** The subject of the article is the phonetic of names of Arabic origin in the Azerbaijani language, as well as personal names of Arabic origin, how their phonetic characteristics are revealed and formed.

**The purpose of the study.** The main goal of the research is to find out the reasons for the introduction of words of Arabic origin into the Azerbaijani language and how they are included in the language. Therefore, it is to reveal the phonetic structure of words in those borrowings, as well as the phonetic differences in personal names.

**Tasks of research.** Here are the tasks to accomplish in order to achieve my article writing goals:

- researching names of Arabic origin;
- to determine the phonetic features of words in this source language;
- to reveal the phonetic differences between Azerbaijani and Arabic languages;
- to determine the semantic differences in the Azerbaijani perception of those type of words;
- to clarify that anthroponymic names of Arabic origin carry onim or appellative features in both languages;
- clarify the phonetic differences of anthroponyms in both languages;
- justification of theoretical information with examples.

#### Methods

The descriptive method was used as the basis for writing the article. In addition, observation, interpretation, explanation and comparison methods were also used.

#### Main part

##### Anthroponym as a phonetic phenomenon

Anthroponyms, like common words, arise from the corresponding phonemes and morphemes of the language, change and improve according to the internal development laws of the language. There are many differences between personal names and common words. Thus, personal names are chosen freely and arbitrarily, and general words are chosen by their fixed and mandatory. Common words are phonetically and morphologically formed lexical units according to the norms of orthography and orthography. Their structure fully meets the requirements of the literary language, they are always written and pronounced the same way.

All phonetic phenomena are found in anthroponyms. Let's consider them separately:

##### 1. Numbness (assimilation):

Numbness, which is one of the phonetic phenomena in the Azerbaijani language and is widely manifested in dialects and dialects, is also found in Azerbaijani personal names of Arabic origin to one degree

or another. In essence, the phenomenon of numbness, which is characterized by the fact that a sound in a word affects the sound that comes before or after it and adapts it to its denominator, both forward and backward cases in borrowed anthroponyms are factors that lead to the phonetic variation of such names. The conducted observations show that in Arabic personal names, the consonants *d, t, h, r, b, m, n, l* are among the sounds that influence each other and are subject to numbness. For this reason, in anthroponyms, both complete and incomplete features of numbness are found.

As it is known, in complete unison, the influencing sound completely adapts the influenced sound to its denominator.

##### a) Full forward numbness:

mb>mm: Hūmbət – Hūmmət, Sumbat – Summat.

##### b) Full back numbness:

dt < tt: Məmmətdağı – Məmməttəğı;

td < dd: Samətdin – Saməddin;

hq < qq: Şahqulu – Şaqqulu;

nm < mm: Xanməd – Xammət;

vb < vv: Sənavbər – Sünəvvər.

In incomplete or incomplete assimilation, the influencing sound brings the affected sound closer to its denominator, not completely, but partially.

##### a) Incomplete forward numbness:

kb < kp: Əkbər – Əkpər;

hd < ht: Mehdi – Mehti;

fd < ft: Səfdər – Səftər.

##### b) Incomplete retrograde numbness :

bd < vd: Abdal – Avdal;

br < vr: İbrahim – İvrahim;

qt < xt: Müqtədir – Muxtədir;

rv < lv: Mirvari – Milvari;

dh < th: Ədhəm – Əthəm;

sm < zm: İsmail – İzmail;

rv < lv: Sərvər – Səlvər;

nf < mf: Qəzənfər – Qəzəmfər;

bh < ph: Sübhan – Süphan;

vt < ft: Aytəndil – Aftəndil;

nb < mb: Sünbül – Sümbül, Süsənbər – Süsəmbər, Qənbər – Qəmbər.

As a phonetic phenomenon that operates in a legal way in the language, the phenomenon of numbness also occurs between consonants in personal names.

##### 2. Differentiation (dissimilation).

It is known that differentiation is a phonetic phenomenon that is completely opposite to assimilation. That is, at this time, one of the sounds that are the same or close to each other in terms of the denominator in the word composition affects the other one, moving it away from the previous denominator. The phenomenon of differentiation is encountered in the anthroponymic

nyms of Arabic origin in the Azerbaijani language, albeit rarely, and this phenomenon mainly occurs due to the influence of dialects and dialects:

- k – g: Əskər – Əsgər;
- f – v: Lütəli – Lütəli, Müşfiq – Müşviq;
- t – d: Səttar – Sətdar;
- b – p: Abdal – Apdal;
- t – d: Məstan – Məsdan, Məstəli – Məsdəli, etc.

Like numbness, there are different types of differentiation phenomenon such as complete differentiation, incomplete differentiation, forward differentiation and reverse differentiation.

Təvakkül–Təvəkkül, Əfrand–Əfrant, Afşin–Avşin, Axund–Axunt, Bülənd–Bülənt, Bənövşə–Bənövşə, Zərəfşan – Zerovşan, Müzəffər – Müzəfvər, etc.

### 3. Elision

One of the widespread phonetic phenomena in the phonetic structure of anthroponyms of Arabic origin is voice loss. This phenomenon has eight forms of manifestation depending on the position and character of the falling sound:

#### a) Absorption

It is characterized by the loss of a vowel before and after a sonorous consonant:

b) Zümürüd – Zümürüd, Zəlixə – Zəlxə // Zəlxə, Fatimə – Fatma, Riza – Rza

#### c) Apocope

The consonant sound or sounds at the end of the word are dropped as a result of phonetic processes:

Hökümət – Hökümə, Əbdülmənnan – Əbdülmənna, Ərəstun – Ərəstu, Tükəzban – Tükəz ...

In the last word, the closed syllable -ban has been dropped.

Ha (ح) and hə (ه) are specific Arabic sounds that are pronounced by bringing the throat muscles together. In the pronunciation of these sounds, the laryngeal muscles are not fully tensed, and the air that is released noisily from the middle of the muscles no longer causes vibration in the vocal cords.

In the Azerbaijani language, in general, in the languages of the Turkic system, those sounds correspond to the consonant *h*, which is a voiceless consonant without a ringing counterpart, which is one of the sounds that is rarely used in the Azerbaijani language, and sometimes this sound is not even pronounced at all. This is one of the factors that enable the variantization process in the Azerbaijani language. For example, the last consonant of the names formed with the theonym of *Allah* falls into the second component: Abdullah – Abdulla, İbadullah – İbadulla, etc.

#### d) Apheresis

In two-component words, the sound or sounds at the beginning of the second component fall under

the influence of the last sound or sounds of the first component. This phonetic phenomenon does not occur in personal names of Arabic origin. On the contrary, the last vowel sound in the first component is dropped due to the influence of the first consonant of the second component. This phonetic phenomenon is called elision.

### 4. Elysia

In general, this is a phonetic phenomenon very specific to the Azerbaijani language:

Əliəkbər – Ələkbər, Əliəsgər – Ələsgər, Əliövşət – Ələövşət, Vəliəddin – Vələddin, Əliəddin – Ələddin, Hacıəli – Həcəli, Mühyiəddin – Məhyəddin Məhyəddin – Məhəddin ...

#### a) Dieresa

At this time, one of the two different consonant sounds is dropped:

Əbülfət*h* – Əbülfət, Əbülfəz*l* – Əbülfəz ...

the first of the two adjacent consonants is an *h* sound, the previous vowel is lengthened, and this is a characteristic characteristic of Azerbaijani dialects:

Mö*h*sün – M*ö*:sün, Ma*h*mud – Ma*ː*mud, Tö*h*fə – T*ö*:fə ...

No vowel lengthening occurs when one of the two consonants next to it falls, and the second *h* sound:

Məş*h*ədi – Məşədi, Fət*h*əli – Fətəli, etc.

In some names of Arabic origin with the presence of a double consonant of the same sex, one of those consonants is dropped:

bb-b: Abbās – A*b*as, Cəbbār – Cə*b*ar, Muhibb – Muhib*b*;

rr-r: Abuzarr – Abuzar // Abuzər: Zərrintac – Zər*r*intac

hh-h: Vəhhəb – Və*h*əb, Səhhət – Sə*h*ət,;

ff-f: Qəffar – Qə*f*ar;

yy-y: Qəyyum – Qə*y*um, Əyyubalı – Əyubalı, Sayyad – Sayad, Seyyid – Seyid, Museyyib – Museyib, Tayyub – Teyub;

ll-l: Məhall – Mə*h*al;

mm-m: Təmmam – Tə*m*am, Ummunisa – Ü*m*nisə;

zz-z: Tükəzzibəni – Tükəz*b*an, Fizzə – Fizə.

#### b) Haplology

During this phonetic event, one or both of the two adjacent syllables of the same gender are dropped:

Məhəmməd – Məmməd // Məhməd;

Nurididə – Nuridə;

Nurməhəmməd – Nurmət;

Yarməhəmməd – Yarmət;

Əliməhəmməd – Əlimət.

#### c) Syncope

At this time, the sound drops in the word, especially between consonants that are morphed:

Qazbəy – Qazbəy // Kazbek; Zülfəqar – Zülfəqar ...

d) Reduction

This is caused by sound attenuation. All closed vowels used in an unstressed syllable before a stressed syllable are reduced. This phonetic phenomenon is almost never found in personal names of Arabic origin.

D) Prosthetic (prosthetic)

One of the phonetic phenomena that takes an important place in the phonetic structure of personal names of Arabic origin is the rise of sound. In anthroponyms of Arabic origin, the occurrence of accentuation depends on the position and character of the added sound.

In the Azerbaijani language, the case of prosthesis is an *l* in some cases at the beginning of the words beginning with the sonorous consonant *p* occurs by increasing the vowel:

Rza – *İ*rza, Ramazan – *İ*ramazan, Rəşid – *İ*rəşid, etc. this feature is characteristic of Azerbaijani dialects and dialects.

Epanthesis, which is a type of declension, is also found in anthroponyms.

In this case, different sounds are added to the word. Some names of Arabic origin used in the Azerbaijani language contain two vowels or two consonants, either in writing or in speech, either a vowel or a consonant is added between them.

For example, when two vowels come together in the middle of a word, the consonant *y* is added between them:

a/y/i: Qaib – Qayib, Naib – Nayib, Rəfai – Rəfayil, İsmail – İsmayil, İsrail – İsrayıl, Mikail – Mikayıl // Mikayıl, Cəbrail – Cəbrayıl // Cəbrayıl, Aışə – Ayışə // Ayşə,

i/y/ə: Vəliəddin – Vəliyəddin, Vəliullah – Vəliyullah, Səidə – Səyidə, Şaiq – Şayiq;

ə/y/ə: Şəəstə – Şayəstə ...

E) Metathesis

In Azerbaijani anthroponyms of Arabic origin, it is common for sounds to mutually change their places, and thus three types of metathesis occur in the phonetic structure of personal names:

a) Quantitative metathesis

This is a case of shifting long and short vowels according to quantity:

Rəhman – Rəhman, Sitərə – Sitərə, etc.

b) Distance metathesis

It is the displacement of unpaired sounds:

fs-sf: Yafəs – Yasəf;

yd-dy: Sayad – Saday ...

c) Simple metathesis.

In such personal names, the displacement of accompanying sounds manifests itself:

br-rb //rv: İbrahim – İrbahim // İrvahım:

dh-hd//ht: Ədhəm – Əhdəm// Əhtəm;

yn-ny: Ziyənət – Zinyət // Zinət:

xl-lx: Müxlisə – Mülxisə;

rv-vr: Sərviyə – Səvriyə;

zr-rz: Nəzrəli – Nərzəli;

rf-fr: Rüfət – Ürfət.

A feature that distinguishes the phonological system of the Azerbaijani language from the Arabic language is that at the beginning of the words *ğ* lack of a consonant. Many personal names and common words have passed from Arabic to Azerbaijani, the first letter of which is expressed by the vowel *ğ*. Despite the fact that such words have kept their spelling in our language for a long time, the first sound in the living language is *q* as said. Therefore, it creates a kind of double standard between writing and speaking. For example:

In the article:

ğərib

ğəliz

ğeyrət

Ğaib

In conversation:

qərib

qəliz

qeyrət

qaib etc.

In Arabic, the letter *ghayn* ( غ ) is used to represent the sound *ğ*. Of course, there is a certain difference between the phoneme *ğ* in the Arabic language and the phoneme *ğ* in the Azerbaijani language according to the denominator. Such distinct sounds in each language are more than the number of sounds known to us by a certain name, and some of such sounds come to a person's ear as the same or similar sounds with the first and somewhat superficial impression. As a result of the mutual relationship or influence of different languages, the sounds of the second language can hardly find a place if there are no corresponding sounds in the receiving language in the words transferred from one language to another language. Therefore, such different sounds have to change the original.

Names of Arab origin whose first letter is *gayn*, and later replaced by *the q sound in the Azerbaijani language environment, are approximately:*

Qaib – ğaib – *invisible, hidden, not here,*

Qalib – ğalib – *victorious, victorious,*

Qafar // Qəfur – ğəffar // ğafur – *one who pardons, forgives sins, makes concessions,*

Qəzənfər – ğəzənfər – *lion, lion; brave man*

Qənimət – ğənimət – *all kinds of things taken from the enemy in a fight,*

Qərib – ğərib – *living on the ground, stranger, desolate, poor,*

Qəribə – ğəribə – *unheard of, surprising,*

Qeyrət – ğeyrət – *zeal, honor,*

Qiyas – ğiyas – *the one who helps,*

Qılman – ğılman – *young men, young people,*

Qulam – ğuləm – *young man, young man,*

Qürbət – ğurbət – *strangeness, being in a foreign country, a foreign place,* Qəmzə – ğamzə – *flirt, Gamza,*

Qazi – ğazi – *one who fights for religion, who wins,*

Qəni – ğani – *rich, who does not need anything.*

It should be taken into account that when writing such words with Arabic letters, if the letter q (qaf) is used instead of ğ (gayn) in accordance with the pronunciation rules of the Azerbaijani language, both the pronunciation and semantics of that word will change greatly. For example:

the first consonant of the word Qərib is gaf, then that word is close, relative, neighbor; and in the plural it is scorpion.

Qürbət – closeness;

Qiyas – reconciliation, comparison, analogy measure (from the same root as the word scale);

Qazi – gives the meaning of performing. Therefore, this type of substitution, which causes great distortions in the original source, is not taken into account in the Azerbaijani language. This means that borrowed names are neutral in meaning.

Thus, in borrowed words, the change of sounds that do not correspond to the phonological system of the receiving language is legal in this respect. Prof. Hadi Mirzazade writes: «Based on the historical development of our language, when the spelling rules of the Azerbaijani language were regulated after 1930, these features were taken into account, the first sound is q and g. It was considered necessary to write the spelling of the words pronounced as it is not as it actually is, but as it is said. Currently, this principle is followed in our spelling. The presence of several graphic signs in the Arabic alphabet to express the same sound in Turkic languages is one of the main reasons for the diversity in the spelling of personal names. It is known that in the Arabic alphabet, s, sin sad are expressed only by the s phoneme, te, ta by a single t phoneme, (za, zal, dad//zad), za z phoneme, and ha and ha by an h phoneme without shades.

When writing with Arabic spelling, these letters are sometimes mistaken, causing great distortions. For example, in the Azerbaijani language, the personal name Zahir is written in Arabic letters in two ways and has different meanings:

Zahir (1) *bright, bright*

Zahir (2) *obvious, obvious, appearance*

The Abbasid rulers adopted titles created from words and word combinations containing those semantic meanings in order to indicate that they were closer to God and the Prophet, that they passed to

the caliphate in a more legitimate way, and that they were more capable and powerful at this level. From this point of view, it seems a little strange that the first Abbasid ruler carried the nickname *As-Saffah*, which means *bloodshed*. Also, none of the subsequent Abbasid caliphs have such anti-Muslim connotations in their nicknames. «This period, which occupies a significant part of our historical path, is closely related to the history of the Muslim state – the Caliphate, which was established in the Arabian Peninsula at the beginning of the 8th century» [10, p. 4]. «In the 9th – 10th centuries, the economic, political and cultural relations of Azerbaijan, especially Nakhchivan, with other Middle Eastern countries included in the Caliphate expanded and strengthened significantly. In Azerbaijan, a number of names of villages and hamlets are kept as they are. The invariable element of these names is made up of Arabic words [8, p. 12].

It should be noted that in both XKBaranov and A. Gafurov's dictionaries, the spelling subtlety was overlooked, the first consonant of the word saffah. When written with sad instead of the sin grapheme, this word means pardoner, forgive sins, generous. It is more logical that the personality described in this way accepts this nickname [11, p. 19].

Let's get acquainted with other examples:

Zakiya: 1) intelligent, shrewd, discerning, clear-eyed;

2) shameless, flawless, honest, clean;

Said: 1) hunter;

2) developing, rising;

Haris: 1) keeper, preserver, protector, guard;

2) farmer, rancher;

Faiz: 1) generous, generous;

2) the winner;

Sabit: 1) handsome, slender, shapely;

2) unchanging, firm.

«...In connection with the spread of Islam and the Islamization of the local people, many Arabic words and terms entered the language. The existence of the Arabic language in Azerbaijan as a language of science, religion, and Sharia in the following centuries is also important in family-household, religious-ceremony, science, politics, law, state, medicine, philosophy, geography, etc. He willfully utters Arabic words and terms related to the fields, and they spread among the people, passed into the living language, and were included in the vocabulary» [7, p. 202]. Different types of abbreviations specific to anthroponyms are also important factors that give rise to the creation of new personal names.

1) In the anthroponymy system of the Arabic language, there are a large number of personal

names that have been transferred to the Azerbaijani language, which are formed by combining adjectives.

A 1- *əl* certainty article is involved:

Abdullah – Abd – əl – lah (Allah's slave),

Zeinalabdin – Zeyn – əl/ = əd/ – abidin (the shadow of the monuments),

Seyfullah – Seyf əl-lah (Allah's sword),

Əbdülkərim – Əbd – əl- Kərim (the servant of Allah, who is generous) etc.

After considering all the components of these names, it can be said how anthroponyms such as Abdal (Abd-əl), Zeynal (Zeyn-əl), Seyfəl (Seyf-əl), Əbdül (Əbd-əl) were formed. As you can see, in the structure of the given names, the fall of the second component is observed. In Arabic, the abbreviated versions of those names are not personal names, and this aspect is unique to the anthroponymy of Turkic-speaking peoples.

Sometimes there is a group of personal names of Arabic origin formed as a result of dropping the second component, and the article belonging to that component drops at the same time as the second component. The vowel – i (-u//ü) is added to the first component:

-i: Şəmsəddin–Şəmsi, Lütfəddin–Lütfi, Feyzulah – Feyzi, Xeyrullah – Xeyri

-i//-ü: Zülfəddin – Zülfi // Zülfü,

-i// -u: Nurullah – Nuri //Nuru,

Conjugation of nouns in Arabic (masculine) – iyyun an adjective is formed by adding a suffix, and only the first vowel of that suffix is pronounced during pronunciation. Sometimes the end Names of Arabic origin ending with the vowel i have been transferred to the Azerbaijani language in the same way as from the source language.

Personal names Nəbi, Vəli, Səfi, Cəbi, Əli, Qəni, Vali, Hadi, Baqi, Şəfi, Zəki, Razi are of this type.

Based on this principle, personal names similar to the above anthroponyms appear in our dialects and dialects. For example:

Kübra – Kubu, Təranə – Təri, Ürfan, Ürfi, Fatma – Fatı ...

Such personal names have found their way into fiction. In linguistics, sometimes they are called names with the meaning of caressing or caressing.

Rahimzade, who wrote about this, shows: “In the scientific literature, the words Nuru//Nuruş, Rəfi, Fərzi, Fəxri, Xeyri, Şəfi...have been explained as names with the meaning of shortening, likening and cherishing. [9, p. 48]. In our opinion, Turkish languages, including Azerbaijani, do not have abbreviations, caressing, and endearing personal names. These names, which are used as lexical units with an

independent meaning, have passed from the spoken Persian language to our Western dialects due to certain historical events. There are very few abbreviation suffixes in the Persian literary language.

Thus, anthroponyms of Arabic origin used in the Azerbaijani language undergo phonetic changes.

**The result.** Names of Arabic origin were able to find a place in both general and special words. Although it cannot affect simple structured verbs, it is reflected in its modification and complex forms.

Names of Arabic origin, when entering the Azerbaijani language, either preserved their originality, or were phonetically or lexically-semantically different and changed. This is also due to the fact that the Azerbaijani language adapted words of Arabic origin to its ethnopsycholinguistic style with its unique phonetic features. That's why phonetic changes in words have come about.

It is known that the Arabic language has some specific sounds that Azerbaijanis replace with suitable, similar sounds. For example, while the Arabic language has three «s» and as many «z» sounds, two «t» sounds, the sounds shown in the Azerbaijani language are pronounced in one variant.

In addition, the throat-laryngeal consonant «ayn» which is completely foreign to the Azerbaijani language in Arabic, indicated by an apostrophe in the Soviet orthography, the double-mouthed consonant «vav» with the pronunciation of «u», which is not similar to the Azerbaijani «v», and «hamza», which often creates a hyphen there were acoustic differences of the sign, but they were adapted to the Azerbaijani pronunciation.

As for anthroponyms as onomastic units, the majority of Azerbaijani personal names are names of Arabic origin. Even though 1400 years have passed, Arabic words are still used during naming. Many Azerbaijani personal names are used as an appellative-general word in Arabic.

Personal names also entered the Azerbaijani language with phonetic and lexical differences. In a way, personal names of Arabic origin have acquired a form of pronunciation corresponding to the phonetic phenomena of the Azerbaijani language. It should be noted that these names are pronounced slightly differently in Arabic. This is, first of all, taking refuge in the peculiarities of the Arabic language's articulation base, and in addition phonetically complete pronunciation without abbreviations in the original language. For example, the anthroponym “Əliheydər” is fully pronounced in Arabic, and although it is written as “Əliheydər” in Azerbaijani Turkish, it is Azerbaijaniized and pronounced as “Əleydər”.



As another example, it should be pointed out that while the name of our holy prophet sounds like «Muhammad» in Arabic, it is used in both oral and written speech of the Azerbaijani language in two variants – “Məhəmməd” və “Məmməd” As a result, it can be said that even though the Azerbaijani language includes a large number of names of Arabic origin, they became functional after being subject to the phonetic and lexical features of this language.

#### Bibliography:

1. Azərbaycan dilində işlənən ərəb və fars sözlərinin qısa lüğəti. Bakı : Kitab Klubu, 2006. 300 s.
2. Azərbaycan dilində işlənən ərəb və fars sözlərinin qısa lüğəti. Bakı : Kitab Klubu, 2007. 321 s.
3. Azərbaycan dilinin izahlı lüğəti (4 cildə). I c. Bakı : Şərq-Qərb, 2006. 744 s.
4. Azərbaycan dilinin izahlı lüğəti (4 cildə). II c. Bakı : Şərq-Qərb, 2006. 792 s.
5. Azərbaycan dilinin izahlı lüğəti (4 cildə). III c. Bakı : Şərq-Qərb, 2006. 672 s.
6. Azərbaycan dilinin izahlı lüğəti (4 cildə). IV c. Bakı : Şərq-Qərb, 2006. 712 s.
7. Əlibəyzaadə E. Azərbaycan dilinin tarixi (2 cildə). I cild. Azərbaycan Tərcümə mərkəzi, Bakı : 2007. 660 s.
8. Ərəbcə-Azərbaycanca lüğət. Bakı : Şərq-Qərb, 2007. 440 s.
9. Rəhimzadə D. Oğuz dillərində ərəb mənşəli alınma sözlərin bəzi fonetik xüsusiyyətləri. “Türkologiya” jurn., 2015, № 4, səh. 28–34.
10. Vəlixanlı N.M. Ərəb Xilafəti və Azərbaycan. Bakı : 1993. 240 s.
11. Ərəbcə-Azərbaycanca lüğət. II cild. Bakı : Şərq-Qərb, 2007. 420 s.

#### Ельсаед І. Ф. А. ФОНЕТИЧНІ ЗМІНИ В АРАБСЬКИХ АНТРОПОНІМАХ В АЗЕРБАЙДЖАНСЬКІЙ МОВІ

*Лінгвістичні факти свідчать, що хоча запозичення з арабської мови не повністю відображають специфічні арабські звуки, вони увійшли в азербайджанську мову, більшість з них використовувалися як загальні слова, а в деяких випадках набули нових семантичних відтінків. Отже, хоча деякі запозичені слова арабського походження мають однакову структуру, як свідчить їх семантика, ці слова містять або близькі, або зовсім різні значення, тому ці слова схожі за структурою форми, але різні за значенням. Переклад більшості імен арабського походження на азербайджанську мову відрізняється як змістом, так і фонетичними особливостями. Похідні антропоніми увійшли до словникового складу азербайджанської мови з фонетичними та лексичними відмінностями. У певному сенсі особисті імена арабського походження вимовлялися відповідно до фонетичних явищ азербайджанської мови. Слід зазначити, що арабською мовою ці імена вимовляються децю інакше. Коли галузі фонетики, лексикології та ономастики застосовуються окремо або разом до мовних матеріалів, виявляється ряд реалій. У зв'язку з цим велика кількість арабських слів, які історично увійшли в азербайджанську мову, протягом 1400 років активно беруть участь у повсякденному спілкуванні людей як основні і життєво важливі слова словникового складу азербайджанської мови. Більшість цих слів використовувалися з початку VIII століття до Арабського халіфату, і вони не мають відповідників в азербайджанській мові. Завдяки своєму географічному простору, наземним і підземним багатствам, а також своїм талановитим і працьовитим людям Азербайджан став жертвою ряду глобальних держав – певним чином імперій. На нього покладали око греки, римляни, монголи, перси, росіяни і зуміли деякий час утримати його під своєю владою. Мета такого екскурсу полягає в тому, що азербайджанська мова, як і східна мова, не настільки схильна до західних елементів, хоча вона була під російською окупацією протягом 200 років, вона отримала дуже малу, непомітну кількість слів з цієї мови.*

**Ключові слова:** арабське походження, антропоніми, фонетичні зміни, особові імена, склад лексики, запозичення.

## СЕМІТСЬКІ МОВИ

УДК 811.411.21+004.738.5

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/02>

**Кучеренко А. О.**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

### МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ АРАБСЬКОГО ДИПЛОМАТИЧНОГО ДИСКУРСУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА (НА МАТЕРІАЛАХ МЕРЕЖІ TWITTER/X)

*Статтю присвячено проблемі функціонування сучасної стандартної арабської мови як інструмента офіційної комунікації дипломатичних відомств в цифровому середовищі, зокрема в соціальних мережах. Сьогодні ця сфера представлена окремим напрямом діяльності – цифровою дипломатією, яка набула популярності внаслідок обмежень в особистому спілкуванні під час пандемії Covid-19. Мова ЦД становить особливий інтерес для лінгвістів, адже стиль такої комунікації перебуває на перетині офіційного та неофіційного дискурсу. Для арабського світу ця ситуація ускладнюється також через варіювання та регіональні відмінності навіть для сучасної стандартної мови. Відтак, ця розвідка спрямована на розкриття мовної специфіки публікацій офіційних сторінок відомств декількох арабських країн (Йорданії, Єгипту, Саудівської Аравії) у мережі X. До уваги взято також вплив технологій і англійської мови на онлайн-комунікацію.*

*У статті проаналізовано як вербальні, так і невербальні особливості дописів. Виявлено активне застосування гештегів і тегів на позначення імен посадовців, установ, різних заходів тощо. Часто використовуються засоби візуалізації (емоджі, фото- та відеоматеріали). До тематики дослідженого контенту входили засідання Генеральної асамблеї ООН, кліматичний саміт, ізраїльсько-палестинський конфлікт 2023 року та інші. З'ясовано, що серед основних комунікативних цілей повідомлень переважають прагматичні, інформативна, фатична, рідше – емотивна. Серед основних типів повідомлень виділено офіційні заяви, цитати виступів високопосадовців, формальні привітання, повідомлення про зустрічі (офіційні та в кулуарах) та інші.*

*У дописах трьох країн передусім використовується сучасна стандартна арабська мова. Однак зафіксовано незначні відхилення від норми, вкраплення і повне дублювання тексту англійською мовою; телеграфний стиль, фонографічні відхилення у дописах єгипетського МЗС. Встановлено повторювані лексичні засоби, які уможливили поетапну інтенсифікацію впливу на реципієнта, у посланнях щодо ізраїльсько-палестинському конфлікту.*

**Ключові слова:** арабський дипломатичний дискурс, комунікативна мета, мовне варіювання, соціальні медіа, цифрова дипломатія.

**Постановка проблеми.** Під час пандемії коронавірусу глобалізація та новітні технології зазнали ще потужнішого розвитку, адже віддалене спілкування, як наслідок соціальних обмежень, повинне було компенсувати нестачу особистих контактів між людьми. Перехід до активнішого використання інтернет-ресурсів в робочій сфері торкнувся й дипломатії по всьому світу. Не тільки офіційні державні установи нині мають сторінки в соціальних медіа, але й їхні працівники. Термін «цифрова диплома-

тія<sup>1</sup>» (англ. digital diplomacy) з'явився відносно недавно<sup>2</sup> та використовується на позначення різних видів комунікації зовнішньополітичних відомств держав та їхніх представників

<sup>1</sup> Крім цифрової дипломатії, існують назви «електронна дипломатія» (e-diplomacy), «віртуальна дипломатія» (virtual diplomacy) та інші.

<sup>2</sup> Oxford Digital Diplomacy Research Group називають 2017 рік часом активізації цифрової дипломатії. Утім, в дослідженні зазначено, що ще раніше у 2006 р. в США та в 2007 р. у Швеції можна віднайти приклади цифровізації дипломатичної діяльності [5].

у глобальному медіапросторі [5, с. 4]. Арабською мовою, відповідно, використовується поняття *diblūmāsiyya raqmiyya* або *diblūmāsiyya iliktrūniyya* «електронна дипломатія».

Сучасний дипломатичний дискурс, з погляду мови, відбувається як із використанням стандартного, так і неформального реєстрів, адже навіть персональна інформація в дописах чиновників стає предметом уваги їхніх підписників. Це сприяє зближенню адресата й адресанта, покращує зв'язки між владою та громадськістю, а також міжнародні відносини у різних сферах. Більше того, цифрова дипломатія існує на стику з публічною дипломатією, а тому цей феномен є досить значущим для покращення мовно-культурних, політичних, економічних та інших зв'язків по всьому світу.

Утім, попри зазначені переваги, у дипломатичному онлайн-дискурсі слід враховувати й ризики, пов'язані з інформаційною безпекою. Витік даних, «зламани» сторінки політиків та інші випадки здатні завдати справжньої репутаційної шкоди державі. Сьогодні все частіше ми зустрічаємо термін “wearonization” (з англ. перетворення на зброю) щодо соціальних мереж та різних жанрів комунікації, які в них функціонують. Т. Мірошніченко та Г. Федорова вказують на такі виклики цифрової дипломатії (далі – ЦД), як проблема виявлення справжніх намірів та установок сторін у форматі віртуального спілкування (наприклад, на відеоконференціях), персоналізація спілкування, робота з конфіденційною інформацією онлайн тощо [1, с. 60]. Оскільки в онлайн-просторі вербальний компонент слугує засобом компенсації неособистого спілкування, то будь-яка мова постає як інструмент впливу на реципієнта. Особливий науковий інтерес становить арабська мова в онлайн-дискурсі, адже вона, будучи засобом національної самоідентифікації, представлена не єдиним варіантом, а регіональними різновидами, малодослідженими у галузі ЦД. Ця розвідка присвячена науковій проблемі впливу сучасних технологій на варіювання різних форм арабської мови офіційного дискурсу, а також на зміни узусу в глобальному медіапросторі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** З одного боку, донедавна дослідники відзначали недостатній рівень залучення деяких арабських зовнішньополітичних відомств до робочої комунікації в соціальних мережах (зокрема, йдеться про Палестину) [6]. З іншого боку, як підкреслюють у своєму дослідженні О. Сегеда і В. Смолянюк, метою тієї ж ЦД Кувейту, наприклад, є забезпе-

чення інформаційної присутності в медіа, підтримка позитивного іміджу держави, здійснення різноманітних кампаній в соціальних мережах тощо [2, с. 80].

О. Атві-Боатенг та Х. Аль Мазруві, у свою чергу, звертають увагу на виклики, перед якими постає ОАЕ у сфері ЦД, зокрема й у вирішенні конфліктів. Науковці вказують на те, що дипломатичні повідомлення у соціальних медіа можуть перетворитися на знаряддя масового введення в оману [4, с. 4580]. Інтерес викликає також і те, що в розвідці О. Атві-Боатенг та Х. Аль Мазруві серед викликів арабської ЦД наведено мовний аспект. Зокрема, зазначено, що ефективна комунікація повинна здійснюватися мовою, зрозумілою цільовій аудиторії. У дописах ОАЕ до 2019 р. виявлено 65.1% повідомлень арабською мовою та 34.9% – англійською [4, с. 4586]. Утім, сьогодні урядові онлайн-платформи вже отримали версії німецькою, французькою, китайською та низкою інших мов, адже саме від мови залежить успішність провадження зовнішньої політики держави. Так, в українському МЗС, крім сторінок в соціальних мережах та веб-сайту відомства, також існує арабськомовна версія іміджевого ресурсу *ukraine.ua*.

Також А. Ахмад Абдулла, досліджуючи вплив ЦД на вирішення проблеми тероризму на прикладі Судану, доходить висновку, що суданській владі слід створити ефективнішу інформаційну стратегію та використовувати більше, ніж одну мову, для її впровадження [3].

І хоча в українському науковому просторі дослідники займаються вивченням арабської ЦД, це явище розглядають передусім як об'єкт політологічних розвідок. Таким чином, фактично, недостатньо уваги приділяється лінгвістичному аспекту (мова арабського дипломатичного дискурсу в соціальних медіа, вплив англійської мови на арабську, регіональне варіювання та інші важливі питання перебувають у недослідженій площині). Однак у зв'язку з поживленням українсько-арабських міждержавних відносин та зважаючи на суттєву роль самої арабської мови в налагодженні міжкультурної комунікації з арабським світом, слід відзначити потребу у розкритті мовної специфіки сучасних арабських медіа, а також у встановленні потенційних напрямків еволюції арабськомовного онлайн-дискурсу, доповнення арабістичної науково-практичної бази в Україні тощо. Цим і зумовлена *актуальність* такої наукової розвідки. *Новизна* роботи полягає в тому, що це одна з перших спроб в українських філологічних студіях з'ясувати лінгвістичні

риси арабськомовного дипломатичного дискурсу в соціальних медіа, зокрема й на матеріалі дописів про ізраїльсько-палестинський конфлікт, що почався в 2023 році.

**Постановка завдання.** Мета цієї праці – встановити мовні особливості дописів зовнішньополітичних відомств різних арабських країн (Йорданії, Єгипту, Саудівської Аравії) у мережі X (Twitter), враховуючи вплив технологій, англійської мови та регіонального варіювання на арабську онлайн-комунікацію. Матеріалом дослідження слугували близько 100 інтернет-публікацій на офіційних сторінках міністерств закордонних справ зазначених країн.

Для реалізації цієї мети необхідно виконати низку завдань:

- проаналізувати дописи на офіційних сторінках в мережі X з урахуванням вербального та невербального компонентів;
- визначити тематичні особливості досліджуваного контенту;
- з'ясувати типи публікацій на основі комунікативних цілей;
- виявити мовні риси, притаманні дискурсу певної країни, зіставивши повідомлення відомств Йорданії, Єгипту, Саудівської Аравії.

**Виклад основного матеріалу.** На підставі здійсненого аналізу сторінок міністерств закордонних справ низки арабських країн (Саудівської Аравії, Йорданії, Єгипту) та / або їхніх офіційних речників, було з'ясовано, що дописи створюються переважно у змішаному форматі. Фактично, це – полікодові тексти, які охоплюють як вербальний, так і позавербальний компоненти (емоджі, фото і відеоматеріали тощо). Більше того, сам текст за структурою є неоднорідним, містить гештеги ключових назв, теги імен посадовців-учасників заходів, засоби візуалізації (наприклад, емоджі рукостискань, прапорів) та інше. Наприклад:

@سمو وزير الخارجية الأمير #فيصل\_بن\_فرحان  
يتلقى اتصالاً هاتفياً من معالي وزيرة خارجية  
[الجمهورية الفرنسية السيدة كاثرين كولونا... 8]

«Його Високість міністр закордонних справ принц #Фейсал\_бін\_Фархан @FaisalbinFarhan провів телефонну розмову з міністеркою закордонних справ Франції пані Катрін Колонною...»

Дописи, присвячені зустрічам з представниками неарабського регіону нерідко дублюються англійським перекладом, щоб охопити відповідну аудиторію. Наприклад:

خلال الاجتماع الوزاري للآلية الثلاثية التي تجمع مصر واليونان  
[وقبرص ... 9]

During the ministerial meeting of the tripartite mechanism which brings together Egypt, Greece and Cyprus...

«Під час зустрічі міністрів тристороннього механізму, який об'єднує Єгипет, Грецію та Кіпр...».

Утім, слід зазначити, що текстовий контент досліджених профілів є переважно арабськомовним.

За тематикою, дописи на офіційних сторінках МЗС Саудівської Аравії, Йорданії та Єгипту у Твіттер охоплюють передусім відкриті для загалу, тобто публічну сферу дипломатії. Вони спрямовані на інформування, свідчення активної діяльності відомств, забезпечення певного іміджу держави та інше. Тематично публікації пов'язані з актуальною ситуацією у світі, в арабському регіоні, а також в окремо взятій державі. Серед дослідженого контенту присутні теми засідань та зустрічей на полях Генеральної асамблеї ООН, реакції на події (зокрема, щодо ізраїльсько-палестинського конфлікту, російсько-української війни), питання, пов'язані з кліматом, та інше. Що стосується іміджевого аспекту, то це відображено, зокрема, у численних публікаціях, присвячених як офіційним виступам очільників міністерств, так і зустрічам з колегами на різних заходах, на кшталт кліматичних самітів, виступам у ЗМІ тощо.

У ході дослідження визначено, що різні типи повідомлень були спрямовані на досягнення необхідного комунікативного ефекту та здійснення впливу на реципієнта. Проаналізовані дописи вказують на такі комунікативні цілі:

- інформування (повідомлення щодо зустрічей, самітів, переговорів, а також цитати виступів міністрів та інших посадовців з висловленням політичної позиції держави; сповіщення, на кшталт консульських повідомлень для громадян);
- прагматична (офіційні заяви про зовнішньополітичні позиції держави щодо різних питань, ситуацій, конфліктів тощо; уривки з виступів посадовців у ЗМІ, що містять як іміджеві, так і політичні меседжі);
- фатична (заклики до певних дій, прийняття рішень міжнародними організаціями та інше);
- емотивна (реакції на події, новини, опис заходів і зустрічей офіційних осіб з підкресленням рівня поваги та близькості відносин між державами тощо).

Слід зазначити, що в межах одного повідомлення нерідко зафіксовано наявність більше, ніж однієї комунікативної мети. Серед вивчених матеріалів ми виділили такі типи повідомлень:

• цитати виступів міністрів та інших посадовців, метою яких є спонукання до певних реакцій (наприклад:

الخارجية @FaisalbinFarhan سمو #وزير\_الخارجية تجدد المملكة دعوتها لإصلاح مجلس الأمن للاضطلاع بدوره»: ... [ليكون أكثر عدالة في تمثيل واقعا اليو 10]

«Його Високоповажність #Міністр закордонних справ @ФайсалбінФархан: “Королівство [Саудівська Аравія] знову закликає до реформування Ради Безпеки ООН, щоб вона виконувала свою роль і справедливіше представляла сьогоденну реальність.”»);

• привітання з державними святами та важливими подіями, які мають передусім прагматичні цілі підтримки комунікації (наприклад:

خالص التهاني والتبريكات لمقام خادم الحرمين الشريفين وسيدى سمو ولي العهد -حفظهما الله- ولأبناء وطننا بمناسبة #اليوم\_الوطني 39. [11]

«Найщиріші привітання та благословення Його Величності Хранителю двох святинь та Його Високості наслідному принцу, хай береже їх Аллаг, а також народу нашої країни з нагоди #93-го Національного дня»);

• повідомлення щодо зустрічей, самітів, тощо, спрямовані на підтримку комунікації, свідчення поваги до іншої сторони, демонстрацію своєї діяльності та інше (наприклад:

حوار ودى بين وزير خارجية مصر والبرازيل علي هامش أعمال [الجمعية العامة للأمم المتحدة] 12...

«Дружній діалог між міністрами закордонних справ Єгипту та Бразилії на полях Генеральної Асамблеї ООН...»);

• заяви про зовнішньополітичні позиції держави щодо різних питань, ситуацій, конфліктів та іншого, які можуть бути одночасно спрямовані на інформування, спонукання, підкреслення емоційності і вираження ставлення тощо (наприклад:

سمو #ولي\_العهد : ندين ما يشهده قطاع غزة من اعتداء عسكري واستهداف المدنيين واستمرار انتهاكات سلطة الاحتلال الاسرائيلية ... [للقانون الدولي الإنساني 13]

«Його Високість #Наслідний\_принц: “Ми засуджуємо події в Секторі Гази, спричинені військовим нападом та нападом на мирне населення, а також порушення Міжнародного гуманітарного права, що й далі здійснюються ізраїльською окупаційною владою...”»);

Хоча всі дописи відомств, на основі яких здійснено аналіз, містили передусім стандартну мову, виявлено деякі фонографічні, синтаксичні, стилістичні та функціональні відмінності. Найпомітнішу різницю становить текстовий контент сторінки речника єгипетського МЗС, на якій зафіксовано такі риси:

– телеграфний стиль онлайн-медіа (опущення окремих членів речення, заміна назв країн зображенням відповідних прапорів тощо). Наприклад:

@الآن| وزير الخارجية يتراس مع نظيره الأيرلندي جلسة مباحثات موسعة.. ملفات هامة على MichealMartinTD [طاولة المحادثات فى مقدمتها ... 14]

«Зараз| Міністр закордонних справ очолює разом зі своїм ірландським колегою @ MichealMartinTD розширену сесію переговорів.. Важливі справи на столі переговорів передусім...»

– регіональну специфіку графічної передачі (передусім субституцію ya’ i alif maqṣūḡa), наприклад:

حوار ودى بين وزير خارجية مصر والبرازيل علي هامش أعمال [الجمعية العامة] 12 ...

«Дружній діалог між міністрами закордонних справ Єгипту та Бразилії на полях Генеральної асамблеї...».

– використання англійських інтерферентів, на кшталт **lāyf** «наживо» (англ. live). Наприклад:

... [لايف الآن...وزير الخارجية فى حوار مع قناة العربية] 15

«**Наживо** зараз... Міністр закордонних справ дає інтерв’ю на каналі «Аль-Арабія»...» (досл.: «у діалозі з каналом»).

– та інше.

Активно використовуються невербальні символи, на кшталт емоджі прапорів держав замість самих номінативів у прикладі вище, що, з одного боку, уможливило стислу передачу інформації, а з іншого – візуалізує її та робить ближчою до реципієнта в умовах дещо менш формального стилю в онлайн-спілкуванні, порівняно з офіційною письмовою дипломатичною комунікацією.

Наприклад:

يجتمعون فى عمان اليوم... EG JO SA AE QA PS وزراء خارجية موقف عربي موحد لا يقبل الاهتزاز ولا المواردية سيتم نقله إلى وزير ضرورة الوقف الفوري للاعتداءات الإسرائيلية/ أولوية... US خارجية دخول المساعدات/ لا للتهجير/ إنهاء الاحتلال وإقامة الدولة الفلسطينية [المستقلة هو الحل] 16

«Міністри закордонних справ EG JO SA AE QA PS ... зустрінуться сьогодні в Аммані... Об’єднана арабська позиція, яка не допускає жодних коливань чи неоднозначності, буде донесена до держсекретаря США... Необхідність негайного припинення ізраїльської агресії / пріоритет надходженню допомоги / «ні» депортації / припинення окупації, а рішенням є створення незалежної палестинської держави».

На прикладі кейсу репрезентації ізраїльсько-палестинського конфлікту 2023 року в мережі X арабською мовою було встановлено, що в дипломатичному онлайн-дискурсі використовуються повторювані лексичні інструменти, які створюють

ефект поетапного підсилення впливу на реципієнта. Ці вислови функціонують в дописах різних типів (цитати, заяви, повідомлення про події, реакції на новини, фрагменти виступів у ЗМІ тощо) для забезпечення ефективної інформаційної кампанії, в межах якої виражається спільна позиція арабського світу. Дописи націлені як на внутрішню, так і на зовнішню аудиторію. Мова такої комунікації – це передусім сучасна стандартна арабська мова, а наявність зазначених вище незначних відхилень від норми чи невербальних елементів (емоджі) має на меті передусім наближення послання до реципієнтів (підписників сторінки).

У досліджених політичних посланнях («меседжах») щодо ізраїльсько-палестинського конфлікту 2023 року ми виявили ключові слова, мовні штампи і кліше, які уможливають передачу меседжів як експліцитно, так і імпліцитно. До таких мовних інструментів належить лексика, що безпосередньо слугує засобом спонукання до врегулювання: *ḍarūratu waqfi haḍihi l-ḥarb* «необхідність припинення цієї війни», *taḥqīqu s-salām* «досягнення миру», *tarsīḥu s-salām* «зміцнення миру», *waqfu iṭlāqi n-nār fawran / al-waqfu l-fawriyyu li-iṭlāqi n-nār* «негайне припинення вогню», *waqfu t-tahjīri l-qasriy* «припинення примусової депортації», *man'u tawsī'i ruq'ati ṣ-ṣirā'* «недопущення розширення зони конфлікту», *qiyām dawla falasṭīniyya* «створення палестинської держави», *iḡāṭatu l-madaniyyina wa inqāḍu l-atfāl* «допомога мирному населенню та порятунк дітей», *i'timād hudna insāniyya* «встановлення гуманітарного перемир'я» тощо.

Інтерес викликають способи опису самої ситуації, що демонструють як поступову інтенсифікацію подій, так і реакції на них: *al-qadīyya al-falasṭīniyya* «палестинське питання», *at-taṣ'īd al-'askariyyu* «військова ескалація», *i'tidā' 'askariyyu* «військова агресія / військовий напад», *al-ḥarb al-musta'mira* «колонізаторська війна» [7]. Попри переважне використання номінативу *ḥarb* «війна», зафіксовано й лексеми *ṣirā' / nizā'* «конфлікт», а також *i'tidā'* «напад / агресія». Для порівняння, на позначення війни проти України арабські відомства донині можуть використовувати номінатив *azma* «криза».

Також ми зафіксували лексичні інструменти, за допомогою яких виражається позиція щодо дій Ізраїлю. Нерідко за лексемою *nudīnu* «ми засуджуємо» слідує висловлювання, пов'язані з міжнародним правом [7; 13]: *i'tidā' 'askariyyu wa istihdāfu l-madaniyyina* «військова агресія і напад на мирне населення», *intihākāt sulṭati l-iḥtilāl li-l-qānūni d-duwaliyyi l-insāniyyu* «пору-

шення міжнародного гуманітарного права окупаційною владою Ізраїлю», *silsilatu l-intihākāt li-kāffati l-qawānīn wa l-a'rāfi d-duwaliyya* «низка порушень усіх міжнародних норм і законів», *mā taqūmu bi-hi huwa jarā'imu l-ḥarb* «те, що [Ізраїль] чинить, є воєнними злочинами» тощо. Використовуючи низку лексичних засобів, на кшталт *i'tidā'* «напад / агресія», *intihākāt* «порушення», *jarā'imu l-ḥarb* «воєнні злочини», у контенті створюють загальне тло, з якого згодом формулюють конкретніші політичні послання, наприклад: *iṣlāḥ majlisi l-amn li-yakūna akṭar 'adālatan* «реформування Ради безпеки [ООН], щоб вона стала більш справедливою» та *as-salām lan yatimm illā bi-qiyām dawla falasṭīniyya* «мир буде досягнутий лише із заснуванням палестинської держави».

**Висновки.** Отже, на підставі аналізу публікацій з'ясовано, що для досягнення бажаного комунікативного ефекту в дописах соціальної мережі Х арабські зовнішньополітичні відомства активно використовують невербальні засоби комунікації, на кшталт емоджі та інших символів, а також фото- та відеоматеріали, що додатково візуалізують повідомлення. Дописи слугують для досягнення різних комунікативних цілей, передусім – інформативної, прагматичної та фатичної. Разом з тим, в межах одного повідомлення зафіксовано поєднання різних цілей, а також емотивний компонент, який застосовується для посилення впливу на реципієнтів.

Серед досліджених типів повідомлень найбільше публікацій – це офіційні заяви високопосадовців та цитування їхніх виступів для ЗМІ, привітання з офіційними святами для інших країн, повідомлення про зустрічі, проведені переговори, відвідані заходи тощо, а також реакції на актуальні події, ситуації в арабському регіоні та у світі загалом. Тематика дослідженого контенту охоплює засідання Генеральної асамблеї ООН, реакції на події (зокрема, щодо ізраїльсько-палестинського конфлікту, російсько-української війни), питання, пов'язані з кліматом, та інше.

Основою дописів слугувала сучасна стандартна арабська мова. Однак зафіксовано також такі риси: вкраплення з англійської мови, наявні дописи, що дублюються англійською мовою (зокрема, стосовно заходів за участі представників неарабського світу); спрощений синтаксис та скорочення тексту через опущення окремих лексем (телеграфний стиль), а також незначні фонографічні риси діалекту у дописах речника єгипетського МЗС. Також виявлено повторювані лексичні інструменти, які створюють ефект поетапного підсилення впливу

на реципієнта, у дописах, присвячених ізраїльсько-палестинському конфлікту 2023 року. На базі таких дописів, які слугують для вираження спільної позиції арабських країн, у результаті сформульовані конкретні політичні послання (на кшталт заклику до реформування ООН).

Здійснена розвідка передбачає подальші дослідження особливостей арабської мови як інструменту ЦД, зокрема, потенціалу використання імпліцитних мовних засобів для передачі дипломатичних послань та чинення впливу на реципієнтів таких повідомлень.

#### Список літератури:

1. Мірошниченко Т., Федорова Г. Цифрова дипломатія як сучасний комунікаційний інструмент міжнародних відносин. *Політологія. Грані*. 2021. Т. 24, № 12. С. 58–66. DOI: 10.15421/1721119
2. Сегеда О., Смолянюк В. Сучасні процеси цифровізації в дипломатичній службі України та Кувейту. *Історико-політичні проблеми сучасного світу* : зб. наук. ст. Чернівці, 2020. Т. 42. С. 77–88. DOI: 10.31861/mhpi2020.42.77-88
3. 'Abd Allah A. Ad-diblūmāsiyya ar-raqmīyya wa dawru-hā fi muwājahati azmati al-irhābi (as-sūdānu unmuḍajan). *Humanities & Natural Sciences Journal*. 2022. 3(11). DOI: <https://doi.org/10.53796/hnsj31110>
4. Antwi-Boateng O., Al Mazrouei K. Al Ahmed. The Challenges of Digital Diplomacy in the Era of Globalization: The Case of the United Arab Emirates. *International Journal of Communication*. 2021. № 15. P. 4577–4595.
5. Manor I. The Digitalization of Diplomacy: Toward Clarification of a Fractured Terminology. *DigDiploROx Working Paper* (Jan 2018). *Oxford Digital Diplomacy Research Group*. 2018. № 2. 20 p. URL: <http://www.qeh.ox.ac.uk/sites/www.odid.ox.ac.uk/files/DigDiploROxWP2.pdf> (дата звернення: 23.11.2023)
6. Zytoon M., Husain S. Digital Diplomacy as Tools of Communications Networks in foreign policy. *Wireless Personal Communication*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11277-022-10124-2>

#### Ілюстративні матеріали:

1. Офіційна сторінка МЗС Йорданії. X (Twitter). URL: <https://twitter.com/ForeignMinistry> (дата звернення: 23.11.2023)
2. سمو وزير الخارجية الأمير #فيصل\_بن\_فرحان@FaisalbinFarhan يتلقى اتصالاً هاتفياً... Офіційна сторінка МЗС Саудівської Аравії. X (Twitter). URL: <https://twitter.com/KSAMOFA/status/1725517796505788807> (дата звернення: 01.02.2024).
3. خلال الاجتماع الوزاري للالاية الثلاثية التي تجمع مصر واليونان وقبرص... Офіційна сторінка МЗС Єгипту. X (Twitter). URL: <https://twitter.com/MfaEgypt/status/1705323490608394627> (дата звернення: 01.02.2024).
4. تجدد المملكة دعوتها لإصلاح مجلس الأمن... Офіційна сторінка МЗС Саудівської Аравії. X (Twitter). URL: <https://twitter.com/KSAMOFA/status/1705690733993250864> (дата звернення: 01.02.2024).
5. خالص التهاني والتبريكات لمقام خادم الحرمين الشريفين... Офіційна сторінка заступника міністра закордонних справ Саудівської Аравії. X (Twitter). URL: [https://twitter.com/W\\_Elkhareiji/status/1705342149217153219](https://twitter.com/W_Elkhareiji/status/1705342149217153219) (дата звернення: 01.02.2024).
6. حوار ودي بين وزير خارجية مصر والبرازيل علي هامش أعمال الجمعية العامة... Офіційна сторінка МЗС Єгипту. X (Twitter). URL: <https://twitter.com/MfaEgypt/status/1705259687908647176> (дата останнього звернення: 01.02.2024).
7. ندين ما يشهده قطاع غزة... سمو #ولي\_العهد : ندين ما يشهده قطاع غزة... Офіційна сторінка МЗС Саудівської Аравії. X (Twitter). URL: <https://twitter.com/KSAMOFA/status/1723021560573813150> (дата звернення: 01.02.2024).
8. لايف الآن... وزير الخارجية في حوار مع قناة العربية. Офіційна сторінка МЗС Єгипту. X (Twitter). URL: <https://twitter.com/MfaEgypt/status/1705259687908647176> (дата звернення: 01.02.2024).
9. الآن| وزير الخارجية يتراس مع نظيره الأيرلندي العربية. Офіційна сторінка МЗС Єгипту. X (Twitter). URL: <https://twitter.com/MfaEgypt/status/1725553177762619615> (дата звернення: 01.02.2024).
10. وزراء خارجية EG JO SA AE QA PS يجتمعون في عمان اليوم... Офіційна сторінка МЗС Єгипту. X (Twitter). URL: <https://twitter.com/MfaEgypt/status/1720664668954386830> (дата останнього звернення: 01.02.2024).

**Kucherenko A. O. LANGUAGE PECULIARITIES OF ARAB DIPLOMATIC DISCOURSE IN SOCIAL MEDIA (ON MATERIALS OF TWITTER/X NETWORK)**

*This paper is devoted to the problem of functioning of MSA as a tool of official communication of diplomatic agencies in the digital space, in particular in the social media. Today, this area is represented by a separate field of activity – digital diplomacy, which gained popularity due to the restrictions of personal communication during the Covid-19 pandemic. The language of digital diplomacy is particularly interesting for the linguists because the style of such communication is at the intersection of official and non-official discourse. For the Arab world, this situation is also complicated by language variation and regional differences even for the MSA. Therefore, this investigation is aimed at revealing the linguistic specificity of the publications on the official pages of foreign offices of several Arab countries (Jordan, Egypt, Saudi Arabia) in the X network. The impact of the technology and the English language on the online communication is also taken into account.*

*The article analyzes both verbal and non-verbal features of posts. It reveals the active use of hashtags and tags indicating to the names of officials, institutions, various events, etc. Visualization tools (emojis, photos and videos) are often used as well. The topics of the researched content included the UN General Assembly, the climate summit, the Israeli-Palestinian conflict in 2023, and so forth. It was found that in the studied messages, prevail such communicative goals as pragmatic, informative, phatic, and less often – emotional. Official statements, quotes from the speeches of high-ranking officials, formal greetings, posts about meetings (official and on the sidelines) and other were found among the main types of analysed tweets.*

*MSA is predominantly used in the posts of the three countries. However, minor deviations from the norm, English lexis insertions and the complete duplicating of text in English were recorded; as well as the telegraphic style, phonographic deviations in the posts of the Egyptian Ministry of Foreign Affairs. In the posts regarding the Israeli-Palestinian conflict, the study also revealed repetitive lexical instruments that enabled a gradual intensification of the effect on the recipient.*

**Key words:** *Arabic diplomatic discourse, communicative goal, language variation, social media, digital diplomacy.*



## КЛАСИЧНІ МОВИ. ОКРЕМІ ІНДОЄВРОПЕЙСЬКІ МОВИ

УДК 811.14'02'37

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/03>**Чекарева Є. С.**

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

### ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ ВІЙНА В ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІЙ СИСТЕМІ ДАВНЬОГРЕЦЬКОЇ МОВИ

*Актуальність роботи зумовлена стійкою тенденцією в сучасних лінгвістичних дослідженнях до вивчення не стільки мови як системи, скільки людини як творця мови. Масштабне вивчення концептосфери сучасних мов, створення антологій концептів, наявність великої кількості лінгвістичних шкіл, які використовують свої специфічні методики дослідження концептів, увиразнюють актуальність лінгвоконцептуальних розвідок. Подібних сучасних антропоцентричних підходів з фокусом на вивченні концептуальних систем різних рівнів потребують і студії в галузі класичних мов, зокрема давньогрецької. Одним із важливих концептів, який є невід'ємною частиною картини світу різних народів, є концепт війна. Осмислення його сутності для кожної національної картини світу вимагає комплексного підходу із залученням матеріалів з історії, релігії й культури. Важливу роль у вирішенні такої проблеми відіграє вивчення лексико-семантичної системи мови, де певне концептуальне знання набуває мовної об'єктивності через слово. Метою наукової статті є встановлення специфіки вербалізації концепту війна в давньогрецькій мові через дослідження групи іменників, які безпосередньо беруть участь у номінації різних ділянок концептуального поля війна. У роботі представлено також аналіз прикметників, які окреслюють коло оцінних характеристик концептуального поля війна і здебільшого представляють негативний спектр емоцій. Проведений аналіз іменників давньогрецької мови дозволив виявити лексеми-домінанти у мовній репрезентації концепту війна (насамперед *ὁ πόλεμος*) та встановити велику групу лексем, що складають периферійну зону концептуального поля війна (до 35 одиниць). Дослідження тонких семантичних аспектів і відмінностей вживання лексем у різних контекстах дозволяє розкрити етно-специфічні риси репрезентації концепту війна в давньогрецькій мові.*

**Ключові слова:** *концепт, концептуальна система, концепт війна, лексико-семантична система, лексична семантика, мовна картина світу, давньогрецька мова.*

**Постановка проблеми.** Сучасна лінгвістика виявляє постійний інтерес до мовної репрезентації внутрішнього світу людини і співвідношенню лінгвальних форм зі структурами знання, яке охоплює величезний досвід людини із засвоєння довкілля, умов і обставин життя в ньому, осмислення себе і своєї ролі в організації всесвіту. Боротьба і протистояння різним загрозам завжди супроводжували людство на всіх етапах його історичного розвитку. Війна як битва за виживання, відстоювання власної ідентичності, права на існування й подальший розвиток є сумним і трагічним супутником буття цілих народів. Гіркий досвід переживання й подолання таких важких випробувань залишається в пам'яті кожного народу, закріплюється в його мові. Вивчення лексичного

фонду дає нам можливість осмислити значущість певних явищ для носіїв мови, спробувати подивитися на реалії життя їхніми очима. При цьому слід зазначити, що у пізнанні картини світу давніх народів чи не єдиним вірним і надійним шляхом є саме дослідження мови.

Війна посідала важливе місце в житті давніх греків. Історія дає нам приклади численних воєнних кампаній всередині грецьких полісів та за їх межами. Але досі увага науковці зосереджується здебільшого на історичних особливостях перебігу таких подій, дослідженні соціальних, політичних та економічних чинників їх виникнення, участі в них видатних історичних постатей. Нарешті, традиційним є вивчення давньогрецьких війн та їх героїв у літературі, мистецтві,

міфології. Натомість не так багато робіт, які вивчають військову лексику на матеріалі саме грецької мови. Здебільшого увага акцентується на встановленні вірності гіпотез про перебіг військових дій, вивченні зброї, особливостей обладунків у порівнянні з археологічними знахідками нового часу. При цьому власне мовний аспект вербалізації концепту війна в давньогрецькій мові залишається поза увагою дослідників, що зумовлює **актуальність** нашої наукової розвідки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Як будь-яка робота у галузі класичних студій, наша спроба освітити специфіку репрезентації коцепту війна в давньогрецькій мові потребує комплексного підходу і залучення матеріалів з історії, релігії й культури Давньої Греції (Антоніо Кларо (Antonaccio Clara) [9], Думаніс Ніколас (Doumanis Nicolas) [10], Хорнблauer Саймон (Hornblower Simon) [14], Мартін Томас (Martin Thomas) [17], Вудфорд Сюзан (Woodford Susan) [21]), сучасного теоретичного і практичного доробку з вивчення мовних картин світу, концептуальних систем та окремих концептів на матеріалі різних мов (Голубовська І. [1; 2], Джекендоф Рей (Jackendoff Ray) [11; 12; 13], Лакофф Джордж, Джонсон Марк (Lakoff George, Johnson Mark) [15], Лангакер Рональд (Langacker Ronald) [16], Рош Елеанор (Rosch Eleanor) [18], Вежбицька Анна (Wierzbicka Anna) [19; 20]).

Методологічною основою роботи є принцип діалектичного взаємозв'язку лінгвальних та екстралінгвальних явищ, а також розроблені в сучасному мовознавстві найновітніші лінгвокогнітивний та лінгвокультурологічний підходи (Голубовська І. [1; 2; 3], Джекендоф Рей (Jackendoff Ray) [11; 12; 13], Рош Елеанор (Rosch Eleanor) [18], Вежбицька Анна (Wierzbicka Anna) [19; 20]) та їх успішна реалізація в працях, присвячених дослідженню концептів на матеріалі класичних мов (Левко О. [4; 5], Скрипник Ю. [6], Туренко В. [7], Чернох-Мацієвська Н. [8]).

Значну роль у дослідженні відіграють також загальнонаукові методи. Для вивчення концептуального простору використовуються прийоми аналізу і синтезу, дедукції та індукції. Застосовуються й методи опису, лінгвістичного спостереження, класифікації і систематизації словесних репрезентантів концептів, а також елементи кількісних підрахунків.

**Постановка завдання.** Метою роботи є висвітлення особливостей вербалізації концепту війна в лексико-семантичній системі давньогрецької мови через дослідження групи іменників, за допо-

могою яких відбувається номінація понять війна / битва / суперечка, та групи іменників, що репрезентують семантичне поле звуків, дотичних до означеного концепту. Огляд прикметників, які виступають означеннями до субстантивів на позначення концепту війна, має розкрити специфіку оцінних характеристик, наданих носіями мови діям або подіям концептуального поля війни.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Важливим чинником, який окреслював межі і формував напрями діяльності грецького суспільства, впливав на його внутрішньо- й зовнішньополітичні позиції й пріоритети, був географічний чинник. Не вдаючись до так званого географічного фаталізму з пошуком усіх причинно-наслідкових зв'язків саме в цій площині, слід тим не менше відзначити, що навряд чи знайдеться інша країна в Європі, настільки ж відокремлена, так мало пов'язана з іншими частинами материка. Розташування гірських хребтів Греції вкрай сприятливе для захисту країни. Важкі для подолання гори перекривають шлях впоперек країни, й рух можливий лише через вузькі ущелини та гірські стежки. Ці проходи можна захищати зовсім невеликими загонами проти великих сил супротивника, як продемонструвала, наприклад, битва при Фермопілах у греко-персидській війні. Таким чином, супротивник не тільки на самому кордоні, але вже всередині країни зустрічав неподоланні перешкоди. Мешканці на своїй рідній землі мали всі можливості боронити її і вести тривалу партизанську війну. Ця обставина має велике значення. Протягом усієї історії Давньої Греції її народ був великою мірою захищений від небезпеки навали сусідніх варварських племен. Тут одразу зазначимо, що мається на увазі загальний рух племен і народів, а не спеціально підготовлені військові експедиції сусідніх держав. Таким чином, добре захищена від зовнішнього ворога, країна, завдяки тим самим унікально розташованим гірським хребтам, була роздроблена на численні дрібні області, сильно роз'єднані і відокремлені одна від одної. Це сприяло розвитку виняткового партикуляризму грецьких громад, інтересу їх виключно до своїх вузьких місцевих справ. Кожна громада, кожне містечко прагнуло повної самостійності. Підкорення більш великому союзу було рівнозначним утраті політичної й особистої свободи. З іншого боку, замкнені й відокремлені одна від одної, грецькі області здебільшого мали власний вихід до моря і були відкриті для зовнішніх контактів через надзвичайно розвинену лінію узбережжя.

У різні історичні часи означені географічні особливості залежно від розвитку суспільно-політичних відносин у громаді зумовлювали характер і масштаб військових конфліктів.

Грецький епос дає важливий матеріал для характеристики суспільного устрою тієї епохи. Численні риси можна зіставити й перевірити за суто історичними джерелами. Картина, змальована в поемах Гомера, дає підстави говорити про особливий тип військової організації, що склався в ті часи і відповідав внутрішнім законам суспільства й зовнішнім викликам і потребам. Перед нами постає доволі рухоме, войовниче суспільство. Яскраво простежується всюди право сильного, кулачне право. Звичайним явищем у Гомера є розбрат, не викликаний нічим, окрім жадоби й зухвалості – забрати з сусіднього містечка худобу, висадитися на чужому березі і вкрати людей, щоб затребувати за них викуп або зробити рабами в себе вдома. Дослідники цього історичного періоду слушно вказують на можливі причини таких набігів та усобиць – зростання кількості населення й потреба у додаткових засобах існування, які можна отримати саме як воєнну здобич. Так чи інакше, пограбування, розбій, військові кампанії призводили до великих змін і навіть катастроф у майновому стані. Одні швидко розорювалися, інші швидко багатіли. Усе це наочно представлено в обох поемах Гомера. Цікаво, що сам поет ніде не вказує на певне особливе місце, яке б посідала аристократія в загальнонародному культі. Єдине, чим мотивує Гомер багатство й почесні аристократії, є саме її військові заслуги. Народ вшановує своїх вождів і наділяє всілякими благами саме за їх першість у війні. Сама війна розглядається значною мірою під кутом зору вигоди. Часто в уста своїх героїв Гомер вкладає доволі прозаїчні судження про користь від набігів і захоплення ворогів у полон. Але і всередині грецького суспільства вистачало приводів для суперечки. У гомерівських поемах усе вказує на розвиток індивідуального права на землю. Постійно згадують огорожі полів, виноградників і садів. На кордоні володінь покладено межове каміння. Існують способи правильного вимірювання землі і часто даються точні визначення розмірів тієї чи іншої ділянки. Через тісноту населення нерідко мали виникати суперечки між сусідами щодо землеволодіння. Це явище було настільки буденним, що поет, шукаючи визначення для двох бійців на полі брані, уподібнює їх двом землевласникам, які сперечаються за рівний розділ землі.

З VIII ст. до н.е. розпочинається активний колонізаційний рух греків за межі Егейського моря, який спричиняє новий формат організації внутрішньої й зовнішньої політики. У тих містах, які широко розвинули мореплавання, торгівлю й колонізацію (Сікіон, Коринф, Мегара, Аттика), виникає така форма правління, як тиранія, що створила умови для надзвичайно енергійної й підприємливої зовнішньої політики. Тирані були військово-промисловими ініціаторами й вождями нових експедицій, захоплень і торговельних союзів. Гарно організовані й успішні морські кампанії приносили чималий капітал і збагачення.

На початку V ст. до н.е. грецький світ поширився по всьому узбережжю Середземномор'я. Але і зазнав сильної кризи через зіткнення з величезною персидською державою і її союзником на заході, Карфагеном. Нова загроза виявила численні слабкі позиції греків. Між окремими общинами та класами всередині них існувала велика суперечка в інтересах. Сусіди, Спарта і Аргос, Афіни й Егіна, беотійські міста і Фіви, перебували у різкому конфлікті. А правляча група в деяких містах настільки відчувала загрозу повалення, що була готова шукати підтримки у зовнішнього ворога. Перемога й успіх греків у війні з персами багато в чому забезпечувалися знову таки вмілим використанням географічних особливостей рідної землі і тактичною витримкою ополченців. Довершеність тактики греків відбиває загальний суспільний порядок і суспільне виховання, що склалися в умовах кантонального життя і особливостями взаємодії між окремими сусідніми містами. Принцип нерозривності фаланги вважався настільки важливим, що навіть став частиною клятви афінського громадянина: *«Не покину сусіда в строю, з яким мені поруч іти»*. З перемогою над зовнішнім ворогом не зникли внутрішні протиріччя грецьких полісів. Не припинилася боротьба окремих партій, що спричиняло обертання вічного кола прагнень одних до розширення територій і збільшення капіталів та інших – до спокійного життя на мирній рідній землі.

Наведений короткий історичний екскурс має на меті підкреслити важливість концепту війна у світоглядній картині греків. Війна має характер як масштабного збройного конфлікту із зовнішнім ворогом, так і невеликої сутички з сусідом за земельну межу. Незалежно від формату війни, вона завжди розгортається для греків в особливих географічних умовах гірського ландшафту та складної, різної лінії узбережжя та груп островів. При цьому ведеться

війна людьми, для яких власний світ, власні кордони мають найвищу цінність, що зумовлює весь характер суспільного порядку й виховання.

Відповідно до означених характеристик концепту війна розглянемо специфіку його вербалізації в лексико-семантичній системі грецької мови.

Загальне значення «війна» виражається групою іменників: **αἰχμή ἢ, δηϊότης ἢ, δόρυ τό, πόλεμος ὁ**. Безперечною домінантою тут виступає іменник **πόλεμος ὁ**, який охоплює концептуальне поле війни як конфлікту, масштабної суперечки з ворогом загалом. Решта лексем зустрічається в окремих авторів, насамперед, у Гомера.

Більшій мовній репрезентації набуває ідея битви, бою, суперечки і змагання в широкому сенсі (35 лексем). Деякі з наведених лексем набувають значення боротьби, битви у певному контексті (напр., **ἔξοδος ἢ, ἔργον, τό, πόνος ὁ, σύστασις ἢ**), але для переважної більшості це значення є основним: **ἀγών ὁ** боротьба, бій, змагання; **ἀγωνία ἢ** бій, битва, суперечка; **ἀγωνισμα τό** сутичка, бій, змагання, подвиг; **ἄθλημα τό** бій, боротьба; **ἀλαλαγμός ὁ** шум, бій; **ἀλκή ἢ** бій, битва; **ἄμιλλα ἢ** змагання, боротьба; **ἀσπίς ἢ** битва; **αὐτή ἢ** крик, битва, різанина; **δαΐς ἢ** бій; **διαμάχη ἢ** бій, боротьба; **δηϊότης ἢ** війна, бій, битва, смертельна небезпека; **δήρις ἢ** боротьба, бій, битва; **ἔξοδος ἢ** вихід, похід, вилазка; **ἐνυάλιος ὁ** бій, битва; **ἔρις ἢ** боротьба, бій, битва; **ἔργον τό** справа, боротьба, бій, битва; **κδοιμός ὁ** шум (битви), бій, битва; **λαβή ἢ** захоплення, бій; **μάχη ἢ** боротьба, бій, битва, змагання, бійка, суперечка; **μόθος ὁ** розпал битви, запеклий бій; **μῶλος ὁ** боротьба, бій; **νεϊκος τό** суперечка, лайка, спір, ворожнеча, боротьба, бій, битва; **πόλεμος ὁ** битва, бій, суперечка, ворожнеча; **πυγμή ἢ** кулачний бій; **πάλη ἢ** (гімнастична) боротьба, бій, битва; **πόνος ὁ** труд, робота, зусилля, напруга, страждання, біль, боротьба, бій, битва; **παράταξις ἢ** військовий порядок, сутичка, бій, ворожнеча, суперечка; **σύνοδος ἢ** військова сутичка, бій; **σταδίη ἢ** рукопашний бій; **σύστασις ἢ** сутичка, бій; **ὕσμινη ἢ** сутичка, битва, бій; **φύλοπις ἢ** сутичка, бій; **χάρμη ἢ** перемога, боротьба, бій, битва.

Важливі часо-просторові характеристики війни / битви, уточнення учасників суперечки / боротьби часто оформлюються за допомогою іменників-комполітивів. Багатий і розвинений словотвір в давньогрецькій мові дозволяє компактно вмістити різнопланові аспекти концепту війна в інформативно місткій формі складеного іменника: **ἀντεξόρμησις ἢ** контратака, зустрічний бій; **αὐτοσταδίη ἢ** рукопашний бій; **διαξιφισμός ὁ** бій на списках;

**ἐλεφαντομαχία ἢ** бій слонів; **ἐπιναυμαχία ἢ** морська битва; **εὐθυμαχία ἢ** відкритий бій; **ἰθυμαχίη ἢ** битва у відкритому полі; **ἵππομαχία ἢ** кінна битва; **ναυμαχία ἢ** битва на морі; **νησομαχία ἢ** острівна битва; **νυκτομαχία ἢ** нічний бій; **ὄπλομαχία ἢ** бій у важких обладунках; **πεζομαχία ἢ** піший бій; **πυγομαχία ἢ** кулачний бій; **ράβδομαχία ἢ** бій на ціпках, фехтування; **ψυχομαχία ἢ** боротьба на смерть, відчайдушний бій.

Дослідження мовної реалізації концепту війна передбачає встановлення сприйняття й переживання його людиною як у фізичному, так і в психологічному плані. У давньогрецькій мові можна виділити групу іменників, які передають звуки війни. Дійсно, слухове сприйняття посідає значне місце в ієрархії фізичного сприйняття, у процесах пізнання та організації мислення, проте реалізація його в мові вивчена недостатньо.

Акустична лексика відіграє важливу роль у словниковому складі мови, відбиваючи особливості слухового сприйняття людиною довкілля, виражаючи широку й різнобарвну палітру звуків, які супроводжують людину протягом усього її життя. Це звуки природи – шум моря, дзюрчання струмка, спів вітра, цвірінкання пташки, дзижчання комах. Це звуки діяльності людини – тихий гомін і рев натовпу, сміх і плач, пісня і танок, кроки, оплески. Є звуки мирного буденного життя і звуки битви й війни, змагання, суперечки. Як ми вже вказували, світ давніх греків був сповнений боротьби в політичному, економічному, спортивному, культурному житті. Як саме звучала війна у світі давніх греків можна почасти встановити через вивчення лексичного складу мови.

У дослідженій нами групі субстантивів давньогрецької мови можна виділити кілька важливих лексико-семантичних груп.

*Іменники із загальним значенням шуму, галасу, який супроводжує битву, бій:* **ἀλαλαγμός ὁ** шум, бій; **βοητός ἢ** крик; **γεγώνησις ἢ** крик; **ἐνοπή ἢ** звук(и), шум, крик; **ἰαχή ἢ** крик, шум; **καναχή ἢ** звук, шум, дзвін, брязкіт; **κρότος ὁ** шум, гуркіт, брязкіт; **κρούσις ἢ** звук зіткнення, удару; **κτύπος ὁ** грім, брязкіт, дзвін, шум, крик; **κδοιμός ὁ** шум битви, сум'яття; **ῥαδος ὁ** шум, галас; **ῥμιλος ὁ** шум битви, сум'яття; **ὀμοκλή ἢ** крик, шум; **κόναβος ὁ** шум, крик, дзвін, брязкіт; **πάταγος ὁ** дзвін, брязкіт.

*Іменники, які означають різні військові сигнали, команди:* **αὐτή ἢ** крик, клич, звук, рев; **βοή ἢ** крик, заклик про допомогу; **θρόος ὁ** крик, голос, бойовий клич; **ἰωκή ἢ** бойовий клич (ос. під час

переслідування); **πολεμικόν τό** бойовий клич, сигнал до битви; **σημείον τό** умовний знак, сигнал; **σύνθημα τό** умовний знак, сигнал, пароль; **σύσσημον τό** умовний знак, встановлений сигнал; **φωνή ή** бойовий вигук.

**Іменники, які вказують на негативні емоції, що виникають під час битви:** **ἰακχος** **ό** крик, вопль, оплакування; **ἰυγή ή** крик, стогін; **ἰυγμός** **ό** крик, стогін, нарікання; **μυχθισμός** **ό** хрипіння, стогін; **μυχμός** **ό** волення, стогін, крики; **όδυρμός** **ό** нарікання; **οἰκτισμα τό** скарги, нарікання; **οἰκτος** **ό** скорботний крик, нарікання; **οἰγμογή ή** жалісний, гучний крик, стогін; **όλολυγή ή** крик, стогін; **όλοφυρμός** **ό** скорботний крик, нарікання; **όλοφυρσις ή** докір, оплакування; **στεναγμός** **ό** стогін; **στέναγμα τό** стогін; **ώγμός** **ό** стогін, крик.

**Іменники на позначення позитивних емоцій, що супроводжують битву:** **βοή ή** крик радості, галасливе захоплення; **βρυσμός** **ό** галасливе захоплення, тріумфування; **εὐασμός** **ό** переможний крик радості; **ἐπιβόησις ή** схвальний вигук; **ἰαχή ή** вигук тріумфу, радісний крик.

Важливу роль у мовній об'єктивізації концепту війна відіграють також прикметники, вказуючи на окремі просторово-часові характеристики війни / битви, окреслюючи коло учасників бою, надаючи суб'єктивно-емоційної оцінки подіям.

Так, власне війна (**πόλεμος**) з погляду часу й тривалості може бути **ἀκήρυκτος** або **ἀκατάγγελτος** не проголошена вісником, тобто розпочата без попередження; **ἀργός** повільна, тривала. З погляду емоційної оцінки постає як **ἄδηλος** така, наслідки якої невідомі; **ἀδιάλλακτος** непримиренна; **ἀδρός** жорстока, запекла; **δύσκολος** тяжка, важка; **κακός** смертельна, згубна, рокова; **οἰζυρός** злощасна, нещаслива, важка; **πολυδάκρυος** така, що супроводжується нескінченними сльозами; **πολύτροπος** мінлива, непостійна.

Битва, змагання (**ἀγών, ἔρις, μάχη**) може бути **ἑορταστικός** така, що влаштовується на честь свята, святкова; **θεῖος** присвячена богам; **όπλιτικός** за участі гоплітів; **σύναιμος** за участі рідних або навіть **πάριονος** на підпитку. З погляду

місця – наприклад, **παραιοτάμιος** та, що відбувається біля річки.

Але в емоційному плані процес битви й змагання також включається здебільшого у коло негативних почуттів: **ἀμέγαρτος** тяжкий, страшний, жадливий; **ἐπικίνδυνος** небезпечний; **λοἰδορος** той, що супроводжується війною; **καύστειρα** запеклий; **πολυδάκρυος** той, що змушує проливати сльози; **όξύς** гострий, болісний, жорстокий; **πικρός** різкий, болісний, скорботний; **τάλας** нещасний, згубний, роковий та ін.

**Висновки.** Концепт війна втілюється в давньогрецькій мові насамперед в семантичному полі іменника **πόλεμος** **ό**. Ідея битви, бою, змагання набуває ширшої об'єктивізації й реалізується в 35 лексемах. Це підкреслює значущість суперництва і протистояння, існування їх як об'єктивної реалії буття греків, що супроводжувала їх протягом усього життя і загалом зумовлювала його перебіг. Прикметники індивідуально-оцінної семантики здебільшого представляють негативний спектр емоцій, пов'язаних із війною. Звичайно, битва завжди завершується перемогою однієї із сторін, приносить радість і піднесення, але шлях до неї завжди йде через біль і страждання. Такий сумний досвід людства зафіксовано, зокрема, в лексиці давньогрецької мови. Відтак, можна говорити про наявність універсальних принципів мовної об'єктивізації концепту війна в давньогрецькій мові, які стосуються фіксації головної ідеї війни / битви / суперечки в групі субстантивів із спільною ядерною семантичною зоною та вираження низки просторово-часових, а також оцінних характеристик війни за допомогою прикметників. Етно-специфічні риси репрезентації концепту війна в давньогрецькій мові виявляються в тонких семантичних аспектах і відмінностях на периферії семантичного поля лексем у різних контекстах їх уживання. Встановлення й дослідження таких відмінностей має стати перспективою й підґрунтям для подальшого зіставного аналізу мовної об'єктивізації концепту війна як у давніх класичних (зокрема, латинській), так і в сучасних мовах.

#### Список літератури:

1. Голубовська І. О. Етноспецифічні константи мовної свідомості : автореферат дисертації на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук : спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство». Київ : Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2004. 38 с.
2. Голубовська І. О. Етнічні особливості мовних картин світу. Київ : Логос, 2004. 284 с.
3. Голубовська І. О. Душа і серце в національно-мовних картинах світу. *Мовознавство*. 2002. № 4–5. С. 40–47.
4. Левко О. В. Соматичні фразеологізми з компонентом *ή καρδία* «серце» у Септуагінті та Новому Завіті. *Studia Linguistica* : зб. наук. праць. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2014. Вип. 8. С. 93–98.

5. Левко О. В. Соматичні фразеологізми з компонентом «серце» у давньогрецьких трагедіях класичної доби. *Studia Linguistica* : зб. наук. праць. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2018. Вип. 12. С. 64–73.
6. Скрипник Ю. С. Вербалізація мегаконцепту ХВОРОБА в латинській мові : автореферат дисертації на здобуття наук. ступеня к. філол. наук : спец. 10.02.14 «Класичні мови. Окремі індоєвропейські мови». Київ : Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2017. 19 с.
7. Туренко В. Концепт «Ворог» у давньогрецькій мові: до питання про особливості семантики. *Голоси й відлуння античності* : матеріали Всеукраїнської наукової конференції до 85-річчя професора Андрія Содомори. Львів, 2023. С. 72–76.
8. Чернюх-Мацієвська Н. Субконцепт ΝΟΣΟΣ у давньогрецькому філософському дискурсі. Ворог» у давньогрецькій мові: до питання про особливості семантики. *Голоси й відлуння античності* : матеріали Всеукраїнської наукової конференції до 85-річчя професора Андрія Содомори. Львів, 2023. С. 77–83.
9. Antonaccio, Carla M. Colonization: Greece on the Move 900–480. In Shapiro, H.A. (ed.). *The Cambridge Companion to Archaic Greece*. Cambridge : Cambridge University Press, 2007. 303 p.
10. Doumanis, Nicolas. *A History of Greece*. Palgrave Essential Histories. Macmillan, 2009. 273 p.
11. Jackendoff R. S. *Semantics and cognition*. Cambridge MA : MIT Press, 1993. 283 p.
12. Jackendoff R. S. *Semantics structures*. Cambridge MA : MIT Press, 1990. 322 p.
13. Jackendoff R. S. What is concept? *Frames, fields, and contrasts. New essays in semantics and lexical organization*. Hillsdale, 1992. P. 191–209.
14. Hornblower, Simon. *The Greek World: 479–323 BC* (4 ed.). Abingdon : Routledge, 2011. 432 p.
15. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago: Univ. Press, 1980. 242 p.
16. Langacker R. W. *Concept, image, and symbol: The cognitive basis of grammar*. Berlin, 1991. 365 p.
17. Martin, Thomas R. *Ancient Greece: From Prehistoric to Hellenistic Times* (2 ed.). New Haven : Yale University Press, 2013. 311 p.
18. Rosch E. H. Cognitive representation of semantic categories. *Journal of Experimental Psychology*. 1975. Vol. 104. P. 192–233.
19. Wierzbicka A. *Semantics, Culture and Cognition: Universal human concepts in culture-specific configuration*. N. Y., 1992. 487 p.
20. Wierzbicka A. *Emotions Across Languages and Cultures: Diversity and Universals*. Cambridge : Univ. Press., 1999. 362 p.
21. Woodford, Susan. *Greek and Roman Art. Art Essentials*. Thames and Hudson Ltd, 2020. 176 p.

#### **Chekareva Ye. S. VERBALIZATION OF THE CONCEPT OF WAR IN THE LEXICAL-SEMANTIC SYSTEM OF THE ANCIENT GREEK**

*The relevance of the work is determined by the persistent tendency in modern linguistic research to study not only language as a system, but a man as the creator of language. A large-scale study of the conceptual sphere of modern languages, the creation of anthologies of concepts, the presence of a large number of linguistic schools that use their specific methods of researching concepts, emphasize the relevance of linguistic conceptual studies. Classical languages, in particular Ancient Greek, also need similar modern anthropocentric approaches with a focus on the study of conceptual systems of various levels. One of the important concepts, which is an integral part of the picture of the world of various peoples, is the concept of War. Understanding its essence for each national picture of the world requires a complex approach involving materials from history, religion and culture. The study of the lexical-semantic system of the language, where certain conceptual knowledge acquires linguistic objectification through the word, plays an important role in solving such a problem. The purpose of the scientific article is to establish the specificity of the verbalization of the concept of war in the Ancient Greek language through the study of a group of nouns that directly participate in the nomination of various sections of the conceptual field of War. The work also presents an analysis of adjectives that outline the range of evaluative characteristics of the conceptual field of War. The analysis of the nouns of the Ancient Greek language made it possible to identify the dominant lexemes in the linguistic representation of the concept of War and to establish a large group of lexemes that make up the peripheral zone of the conceptual field of War. The study of subtle semantic aspects and differences in the use of lexemes in different contexts allows us to reveal ethno-specific features of the representation of the concept of War in the Ancient Greek language.*

**Key words:** *concept, conceptual system, concept War, lexical-semantic system, lexical semantics, linguistic picture of the world, Ancient Greek language.*

# СТРУКТУРНА, ПРИКЛАДНА ТА МАТЕМАТИЧНА ЛІНГВІСТИКА

УДК 811.161.2 : 81'23

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/04>**Філюк Л. М.**

Одеський національний медичний університет

## ПСИХОСЕМАНТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ПОЛЯ МЕДИЧНИХ КОНЦЕПТІВ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВНІЙ СВІДОМОСТІ

*Проблематика концептів та з'ясування їхнього смислового наповнення є важливим напрямком сучасної лінгвістичної науки. Наявні дослідження медичних концептів ґрунтуються переважно на матеріалі текстів. Авторська позиція полягає в тому, що ефективним засобом дослідження можуть бути також матеріали асоціативного експерименту. Залучення відповідного матеріалу здатне значно поглибити уявлення про сутнісне наповнення медичних концептів в українській мовній свідомості, тому було вирішено проаналізувати реакції на слова-стимули «лікар», «лікарня», «хворий», «хвороба», представлені в українському асоціативному словнику. Методологічний інструментарій базується на методиці психосемантичного моделювання концептуального поля, згідно з якою аналіз слів-реакцій відбувається на двох рівнях. Перший, психічний рівень дозволяє класифікувати слова як такі, що є тілесно-перцептивним, логіко-понятійним, емоційно-афективним чи ціннісно-смисловим компонентом концептуального поля. Другий, семантичний рівень полягає у класифікації слів за категоріями речі, властивості чи відношення. У відповідності з вищесказаним мета статті полягає в характеристиці концептуального поля медичних концептів в українській мовній свідомості. Для цього вирішуються три основні завдання: по-перше, групування асоціативних реакцій до слів-стимулів на позначення медичних концептів за ядерною, приадресною та периферійною зонами; по-друге, представлення слів-реакцій згідно з рівнями психосемантичного моделювання концептуального поля; по-третє, аналіз концептуального поля обраних концептів. Проаналізувавши особливості концептуальних полів концептів «Лікар», «Лікарня», «Хворий», «Хвороба», автор дійшов висновків щодо: 1) представленості компонентів психічного рівня та категорій семантичного рівня у концептуальних полях медичних концептів; 2) з'ясування ступеня вираженості емоційно нейтральних та емоційно навантажених слів-реакцій; 3) виявлення найбільш характерних слів / словосполучень у розглянутих концептуальних полях. Передбачається, що подальше дослідження концептуальних полів медичної лексики за допомогою методу психосемантичного моделювання дозволить поглибити та уточнити виявлені зв'язки і з'ясувати відповідні закономірності.*

**Ключові слова:** медичні концепти, концептуальне поле, психосемантичне моделювання, психічний рівень, семантичний рівень.

**Постановка проблеми.** Зацікавлення проблемою концептів та їхнього сутнісного наповнення є одним із домінуючих напрямів у сучасній лінгвістиці. Огляд наявних наукових джерел дозволяє дійти висновку про активну розробку концептів як фундаментальної категорії термінологічної та загальнокультурної сфери. Разом із тим, праця, присвячена проблематиці медичних концептів в українській мові, відносно мало. Зважаючи на виразну актуальність дослідження лінгвістичних

особливостей медичної термінології, ми вважаємо спробу з'ясування і трактовки концептуального поля медичних концептів важливим завданням лінгвістичної науки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз теоретичних і практичних публікацій, так чи інакше присвячених проблемі медичної лексики, дозволяє класифікувати джерела за двома основними групами: 1) медична термінологія як об'єкт лінгвістичного дослідження (І. Я. Заліп-

ска [2], В. Левченко [8], Р.-Ю. Перхач [10], О. В. Самойленко [14]); 2) медичні концепти та їхнє представлення у мовній свідомості (О. С. Ісаєва [3], М. Й. Петришин [11], Р. В. Поворознюк [12], Ю. Поличева [13]). Дослідження, об'єднані другою групою, ближчі до сфери наших зацікавлень. Було виявлено, що об'єктом дослідження в них є концепти, представлені у текстах різного типу та просторово-часового виміру. Разом із тим, не було знайдено досліджень медичних концептів, які б ґрунтувалися на матеріалі асоціативних експериментів. Ми вважаємо, що залучення відповідного матеріалу здатне значно поглибити уявлення про сутнісне наповнення медичних концептів в українській мовній свідомості, тому вирішили проаналізувати реакції на слова-стимули «лікар», «лікарня», «хворий», «хвороба», представлені в українському асоціативному словнику [9].

Крім цього, важливим моментом є обрання методологічного інструментарію. Було вирішено провести аналіз обраних слів-стимулів за методикою психосемантичного моделювання концептуального поля О. І. Куцос [4; 5; 6; 7]. Основна суть полягає в тому, що аналіз слів-реакцій відбувається на двох рівнях. Перший, психічний рівень дозволяє класифікувати слова як такі, що є тілесно-перцептивним, логіко-понятійним, емоційно-афективним чи ціннісно-смысловим компонентом концептуального поля. Другий, семантичний рівень полягає у класифікації слів за категоріями речі, властивості чи відношення. Ми вважаємо, що запропонований підхід дозво-

ляє адекватно і обґрунтовано охарактеризувати сутнісні особливості медичних концептів у свідомості носіїв української мови.

**Постановка завдання.** Мета статті – характеристика концептуального поля медичних концептів в українській мовній свідомості. Для цього вирішуються три основні завдання: 1) групування асоціативних реакцій до слів-стимулів на позначення медичних концептів за ядерною, приядерною та периферійною зонами; 2) представлення слів-реакцій згідно з рівнями психосемантичного моделювання концептуального поля; 3) аналіз концептуального поля обраних концептів. Предметом дослідження є психосемантичне моделювання концептуального поля медичних концептів, об'єктом дослідження – медичні концепти в українській мовній свідомості (на прикладі концептів «Лікар», «Лікарня», «Хворий», «Хвороба»).

**Виклад основного матеріалу.** Академічний тлумачний словник української мови трактує слово «лікар» наступним чином: це «особа з вищою медичною освітою, яка лікує хворих» [1].

Український асоціативний словник подає такі реакції на слово-стимул «лікар»: *стоматолог* (7,5%), *терапевт* (6,0%), *ЛОР* (3,0%), *педіатр* (3,0%), *халат* (3,0%), *хвороба* (3,0%), *хірург* (3,0%), *білий халат* (2,5%), *добрий* (2,5%), *травматолог* (2,5%), *білий* (2,0%), *біль* (2,0%), *гінеколог* (2,0%), *лікує* (2,0%), *окуліст* (2,0%), *допомога* (1,5%), *лікарня* (1,5%), *укол* (1,5%), *хороший* (1,5%), *білі халати* (1,0%), *брат* (1,0%), *здоров'я* (1,0%), *лікар* (1,0%), *медик* (1,0%), *медицина*

Таблиця 1

**Психосемантичне моделювання концептуального поля концепту «Лікар» в українській мовній свідомості**

Психічний рівень	Семантичний рівень		
	Річ	Властивість	Відношення
Тілесно-перцептивний компонент	стоматолог; терапевт	–	–
	білий халат; гінеколог; лікарня; ЛОР; окуліст; педіатр; травматолог; укол; халат; хірург	білий	–
	білі халати; брат; лікар; медик; невропатолог; ортопед; офтальмолог; психолог	–	–
Логіко-понятійний компонент	–	–	–
	допомога; хвороба	лікує	–
Емоційно-афективний компонент	здоров'я; медицина; професія	сімейний	–
	–	–	–
	біль	–	–
Ціннісно-смысловий компонент	–	–	–
	–	добрий; хороший	–
	хабарник	розумний; тупий	–



(1,0%), *невропатолог* (1,0%), *ортопед* (1,0%), *офтальмолог* (1,0%), *професія* (1,0%), *психолог* (1,0%), *розумний* (1,0%), *сімейний* (1,0%), *тупий* (1,0%), *хабарник* (1,0%).

Психосемантичне моделювання концептуального поля концепту «Лікар» в українській мовній свідомості представлено у таблиці 1.

На психічному рівні концептуальне поле **концепту «Лікар»** представлено в основному тілесно-перцептивним і меншою мірою логіко-понятійним компонентом, на семантичному рівні – переважно категорією речі і частково категорією властивості. Абсолютна більшість слів-реакцій має нейтральне смислове навантаження і в більшості випадків позначає спеціалізацію лікаря, що на семантичному рівні виражається категорією речі (*стоматолог, терапевт, гінеколог, ЛОР, окуліст, педіатр, травматолог* тощо). Категорія властивості представлена словом *білий*, що недвозначно вказує на типовий колір медичного одягу, яким він є у свідомості значної кількості носіїв мови. Логіко-понятійний компонент концептуального поля містить родові (*професія*) та суміжні (*допомога, здоров'я, хвороба, медицина*) поняття. Ціннісно-смисловий компонент, представлений категорією речі, обмежується одним поняттям із негативним смисловим навантаженням (*хабарник*). Категорія властивості також містить лексеми з негативним смисловим навантаженням (*тупий*), проте більшість інших реакцій представлена словами з позитивним смисловим навантаженням (*добрий, хороший, розумний*). Емоційно-афективний компонент концептуального поля містить єдине слово *біль*, яке встановлює асоціацію між

лікарем і станом, що передує взаємодії з лікарем / станом, що викликають дії лікаря під час медичних маніпуляцій. Категорія відношення в розглянутому концептуальному полі не представлена.

Поняття «лікарня» характеризується в академічному тлумачному словнику як «заклад для стаціонарного лікування хворих» [1].

В українському асоціативному словнику містяться наступні слова-реакції: *хвороба* (15,5%), *лікар* (4,7%), *запах* (4,2%), *хворий* (4,2%), *хворі* (4,2%), *білий* (2,8%), *здоров'я* (2,8%), *допомога* (2,3%), *лікарі* (1,9%), *страх* (1,9%), *хворіти* (1,9%), *швидка* (1,9%), *біла* (1,4%), *дитяча* (1,4%), *ліки* (1,4%), *міська* (1,4%), *палата* (1,4%), *травма* (1,4%), *білий халат* (0,9%), *біль* (0,9%), *доктор* (0,9%), *не хочу* (0,9%), *смерть* (0,9%), *сморід* (0,9%), *чиста* (0,9%), *шприц* (0,9%).

Психосемантичне моделювання концептуального поля концепту «Лікарня» в українській мовній свідомості представлено у таблиці 2.

На психічному рівні концептуальне поле **концепту «Лікарня»** представлено тілесно-перцептивним та логіко-понятійним компонентами, в одиничних випадках – емоційно-афективним і ціннісно-смисловим. На семантичному рівні реакції обмежуються категоріями речі та властивості, категорія відношення не представлена. Тілесно-перцептивний компонент фіксує, окрім об'єктивних суміжних понять (*лікар, ліки, палата, травма* тощо), виразну нюхову асоціацію (*запах, сморід*). Концептуальне поле концепту «Лікарня» містить представлені категорією властивості метонімічні асоціації: як і у випадку концепту «Лікар», фіксуються реакції «білий», «біла», що натякають

Таблиця 2

**Психосемантичне моделювання концептуального поля концепту «Лікарня» в українській мовній свідомості**

Психічний рівень	Семантичний рівень		
	Річ	Властивість	Відношення
Тілесно-перцептивний компонент	запах; лікар	–	–
	лікарі; ліки; палата; травма	біла; білий; дитяча; міська	–
	білий халат; доктор; сморід; шприц	чиста	–
Логіко-понятійний компонент	хвороба	хворий; хворі	–
	допомога; здоров'я	хворіти; швидка	–
	–	–	–
Емоційно-афективний компонент	–	–	–
	страх	–	–
	біль	не хочу	–
Ціннісно-смисловий компонент	–	–	–
	–	–	–
	смерть	–	–

на колір медичного одягу. Логіко-понятійний компонент включає однокореневі слова типу *хвороба, хворий, хворі, хворіти*. Емоційно-афективний компонент концептуального поля концепту «Лікарня» у порівнянні з відповідним компонентом концептуального поля концепту «Лікар» більш виразний (реакції *страх, біль, не хочу*). Ціннісно-смісловий компонент обмежений словом *смерть*.

Поняття «хворий» трактується в академічному тлумачному словнику наступним чином: «1. Який має яку-небудь хворобу, нездужає; нездоровий; протилежне *здоровий*. // Уражений хворобою (про органи і частини тіла). // Який свідчить про поганий стан здоров'я людини, наявність у неї якоїсь хвороби. // Уражений хворобою (про рослини та їхні плоди). // Нездорова, недужа людина. 2. *перен*. Те саме, що нездоровий» [1].

В українському асоціативному словнику реакції представлені так: *лікарня* (7,1%), *здоровий* (6,2%), *ліки* (5,2%), *на голову* (4,8%), *пацієнт* (3,3%), *лікар* (2,9%), *чоловік* (2,9%), *нежить* (2,4%), *рак* (2,4%), *я* (2,4%), *грип* (1,9%), *ліжко* (1,9%), *голова* (1,4%), *дід* (1,4%), *друг* (1,4%), *кашель* (1,4%), *на рак* (1,4%), *слабкий* (1,4%), *болить* (1,0%), *дуже* (1,0%), *застуда* (1,0%), *зуб* (1,0%), *їжак* (1,0%), *на діабет* (1,0%), *невиліковно* (1,0%), *немічний* (1,0%), *нещасний* (1,0%), *студент* (1,0%), *температура* (1,0%).

Психосемантичне моделювання концептуального поля концепту «Хворий» в українській мовній свідомості представлено у таблиці 3.

Концептуальне поле **концепту «Хворий»** представлено тілесно-перцептивним і логіко-понятійним компонентом на психічному рівні та

категоріями речі і властивості на семантичному рівні. Полісемія поняття, зафіксована у тлумачному словнику, відображується і в асоціативних реакціях, адже вони більш різнотипні у порівнянні з реакціями до слів «лікар» та «лікарня». Категорія речі фіксує різнотипні суміжні поняття при сприйнятті слова як іменника (*лікарня, ліки, ліжко, грип, застуда, температура* тощо) та смислові доповнення при сприйнятті слова як прикметника (*голова, дід, друг, зуб, студент* тощо). Категорія властивості включає як синонімічні (*слабкий, немічний*), так і антонімічні (*здоровий*) поняття. Крім того, категорія властивості на перетині з ціннісно-смісловим компонентом психічного рівня включає оцінні характеристики типу *дуже, невиліковно*, що свідчить про важливість ступеню вияву хвороби.

Поняття «хвороба» трактується в академічному тлумачному словнику наступним чином: «1. Порушення нормальної життєдіяльності організму під впливом несприятливих чинників внутрішнього й зовнішнього середовища; недуга, захворювання. // Вияв хворобливих ознак у розвитку рослин; ураження 2. *перен*. Неприродне, надмірне захоплення чим-небудь, надзвичайний потяг до чогось» [1].

В українському асоціативному словнику містяться наступні слова-реакції: *біль* (7,4%), *рак* (5,4%), *грип* (4,4%), *біда* (2,9%), *ліжко* (2,9%), *тяжка* (2,9%), *важка* (2,5%), *виліковна* (2,5%), *лікарня* (2,5%), *невиліковна* (2,5%), *смерть* (2,5%), *здоров'я* (2,0%), *ліки* (2,0%), *недуга* (2,0%), *температура* (2,0%), *лікувати* (1,5%), *нежить* (1,5%), *слабкість* (1,5%), *СНІД* (1,5%), *страх* (1,5%), *ангіна* (1,0%), *вітрянка* (1,0%), *горе* (1,0%), *легка*

Таблиця 3

**Психосемантичне моделювання концептуального поля концепту «Хворий» в українській мовній свідомості**

Психічний рівень	Семантичний рівень		
	Річ	Властивість	Відношення
Тілесно-перцептивний компонент	лікарня; ліки		–
	голова; дід; друг; ліжко; лікар; пацієнт; чоловік; я	–	–
	зуб; їжак; студент	–	–
Логіко-понятійний компонент	–	здоровий; на голову	–
	грип; кашель; нежить; рак	на рак; слабкий	–
	застуда; температура	болить; на діабет; немічний	–
Емоційно-афективний компонент	–	–	–
	–	–	–
	–	нещасний	–
Ціннісно-смісловий компонент	–	–	–
	–	–	–
	–	дуже; невиліковно	–

**Психосемантичне моделювання концептуального поля концепту «Хвороба»  
в українській мовній свідомості**

Психічний рівень	Семантичний рівень		
	Річ	Властивість	Відношення
Тілесно-перцептивний компонент	–	–	–
	ліжка; лікарня; ліки	–	–
	нероба	серця	–
Логіко-понятійний компонент	грип; рак	–	–
	здоров'я; недуга; нежить; слабкість; СНІД; температура	виліковна; лікувати; невиліковна	–
	ангіна; вітрянка	–	–
Емоційно-афективний компонент	біль	–	–
	страх	–	–
	горе; сум	страшна; страшно	–
Ціннісно-смысловий компонент	–	–	–
	біда; смерть	важка; тяжка	–
	неприємність; нещастя	легка; погано	–

(1,0%), *неприємність* (1,0%), *нероба* (1,0%), *нещастя* (1,0%), *погано* (1,0%), *серця* (1,0%), *страшна* (1,0%), *страшно* (1,0%), *сум* (1,0%).

Психосемантичне моделювання концептуального поля концепту «Хвороба» в українській мовній свідомості представлено у таблиці 4.

Концептуальне поле **концепту «Хвороба»** відрізняється від попередніх розглянутих концептуальних полів тим, що на психічному рівні повною мірою представлені усі наявні компоненти – тілесно-перцептивний, логіко-понятійний, емоційно-афективний та ціннісно-смысловий. Відповідно до цього категорія речі на семантичному рівні містить видові (*грип, рак, нежить, ангіна, вітрянка*), суміжні (*лікарня, ліки*) та синонімічні (*недуга, слабкість*) поняття. Хвороба сприймається носіями мови як виразно негативний стан, що спричиняє значні життєві ускладнення та погано впливає на людину (*біль, страх, горе, сум*), змушує до переосмислення (*біда, смерть*). Категорія властивості засвідчує переважно негативні характерні особливості хвороби (*невиліковна, страшна, страшно, важка, тяжка, погано*). Меншою мірою представлені слова з нейтральним чи умовно позитивним смысловим наповненням (*виліковна, лікувати, легка*).

**Висновки.** Проаналізувавши особливості концептуальних полів концептів «Лікар», «Лікарня», «Хворий», «Хвороба», ми дійшли наступних висновків: 1) на психічному рівні концептуальні поля представлені переважно тілесно-перцептивним та логіко-понятійним компонентом, що свідчить про раціональне, логічне осмислення та сприйняття носіями мови медичних концептів; 2) на семантичному рівні концептуальні поля представлені виключно категоріями речі (більшою мірою) та властивості (дещо меншою мірою), що вказує на переважно об'єктивний характер медичних концептів в українській мовній свідомості; 3) найбільш виразне емоційне смыслове навантаження присутнє у концептуальному полі концепту «Хвороба»; 4) найбільш характерними словами / словосполученнями у розглянутих концептуальних полях є *білий халаті / білі халати, білий, біль, здоровий, лікар, лікарня, ліки*, що демонструє переважання раціональної складової медичної лексики в українській мовній свідомості. Ми вважаємо, що подальше дослідження концептуальних полів медичної лексики за допомогою методу психосемантичного моделювання дозволить поглибити та уточнити виявлені зв'язки і з'ясувати відповідні закономірності.

**Список літератури:**

1. Академічний тлумачний словник української мови. URL: <http://sum.in.ua>
2. Заліпська І. Я. Сучасна медична термінологія: проблема класифікації. *Studia-linguistica*. 2020. № 17. С. 61–74.
3. Ісаєва О. С. Лексико-семантичний аналіз концептів «Профілактична медицина» і «превентивна медицина». *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна*. 2017. Вип. 67. С. 134–136.

4. Куцос О. І. Концепти на позначення дій і процесів в українській мовній свідомості: психосемантичне моделювання концептуального поля. *Міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. 2023. № 64. Т. 1. С. 295–299.
5. Куцос О. І. Концепти на позначення рис характеру в українській мовній свідомості: психосемантичне моделювання концептуального поля. *Нова філологія*. 2023. № 91. С. 65–70.
6. Куцос О. І. Релігійні концепти в українській мовній свідомості: психосемантичне моделювання концептуального поля. *Міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. 2023. № 63. Т. 1. С. 215–220.
7. Куцос О. І. Філософські концепти в українській мовній свідомості: психосемантичне моделювання концептуального поля. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. 2023. № 61. С. 75–78.
8. Левченко В., Перхач Р.-Ю. Медична термінологія як об'єкт лінгвістичного дослідження. *Молодий вчений*. 2021. № 9(97). С. 115–118.
9. Мартінек С., Мітьков В. Український асоціативний словник. Від стимулу до реакції. Т. 3. Львів : ПАІС, 2021. 544 с.
10. Перхач Р.-Ю., Сусуловська М. Семантичний аналіз медичних термінів в інструкціях до лікарських препаратів. *Молодий вчений*. 2019. № 10(74). С. 190–193.
11. Петришин М. Й. Концепт «Медицина» в паремійній картині світу давніх римлян. *Закарпатські філологічні студії*. 2021. Вип. 16. С. 129–134.
12. Поворознюк Р. В. Відтворення медичних концептів у науково-популярній літературі. *Нова філологія*. 2022. № 85. С. 234–239.
13. Поличева Ю. Особливості концепту «Здоров'я / Нездоров'я» та його специфіка відтворення у сучасних англомовних серіалах. *Advanced Linguistics*. 2023. № 12. С. 163–169.
14. Самойленко О. В. Особливості української медичної термінології. *Закарпатські філологічні студії*. 2020. Вип. 13. Т. 1. С. 108–111.

#### **Filiuk L. M. PSYCHOSEMANTIC MODELING OF THE CONCEPTUAL FIELD OF MEDICAL CONCEPTS IN UKRAINIAN LANGUAGE AWARENESS**

*The problem of concepts and the clarification of their semantic content is an important direction of modern linguistic science. Existing studies of medical concepts are based mainly on the material of the texts. The author's position is that the materials of an associative experiment can also be an effective means of research. The inclusion of appropriate material can significantly deepen the understanding of the essential content of medical concepts in the Ukrainian linguistic consciousness, therefore it was decided to analyze the reactions to the stimulus words "doctor", "hospital", "patient", "disease" presented in the Ukrainian associative dictionary. The methodological toolkit is based on the method of psychosemantic modeling of the conceptual field, according to which the analysis of reaction words takes place on two levels. The first, mental level allows you to classify words as those that are bodily-perceptual, logical-conceptual, emotional-affective or value-semantic component of the conceptual field. The second, semantic level consists in the classification of words according to the categories of things, properties or relations. In accordance with the above, the purpose of the article is to characterize the conceptual field of medical concepts in the Ukrainian linguistic consciousness. For this purpose, three main tasks are solved: first, grouping of associative reactions to stimulus words to denote medical concepts by nuclear, perinuclear and peripheral zones; secondly, representation of reaction words according to the levels of psychosemantic modeling of the conceptual field; thirdly, analysis of the conceptual field of selected concepts. Having analyzed the features of the conceptual fields of the concepts "Doctor", "Hospital", "Patient", "Disease", the author came to conclusions regarding: 1) the representation of mental level components and semantic level categories in the conceptual fields of medical concepts; 2) finding out the degree of expressiveness of emotionally neutral and emotionally charged reaction words; 3) identification of the most characteristic words / phrases in the considered conceptual fields. It is assumed that further research of the conceptual fields of medical vocabulary using the method of psychosemantic modeling will allow deepening and clarifying the identified connections and elucidating the corresponding regularities.*

**Key words:** medical concepts, conceptual field, psychosemantic modeling, mental level, semantic level.

УДК 81'374.8

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/05>**Черниш О. А.**

Державний університет «Житомирська політехніка»

**Білошицька З. А.**

Державний університет «Житомирська політехніка»

**Біляк І. В.**

Державний університет «Житомирська політехніка»

## ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ ЖАНРУ «КОМІКС»

*У статті розглянуто лінгвістичне оформлення жанру «комікс». На сьогодні вивчення цього жанру у лінгвістиці є актуальним, оскільки відображає спілкування у різних комунікативних ситуаціях. Автори дослідження зосереджують увагу на лінгвостилістичному оформленні коміксів, зокрема фонетичному, графічному, лексико-стилістичному та інших засобах виразності, що виокремлює цей жанр з-поміж інших та надає йому самобутності. Також у статті детально розглянуто фонетичні та графічні засоби виразності, які надзвичайно ефективно організують текст зазначеного жанру, апелюють до читацької аудиторії та наголошують на важливих елементах повідомлення. Авторами встановлено, що графічні засоби виразності у текстах жанру «комікс» є ефективними у підсиленні інтенсивності повідомлення, що дозволяє привернути увагу читача до певного елемента тексту, а також допомагає передати авторські емоції та повноцінно розкрити меседж автора коміксів. Для акцентуації важливого меседжу автори коміксів послуговуються поєднанням курсиву та написанням слів великими літерами. Лексико-стилістичні засоби дозволяють яскраво зобразити події, влучно описати факти, а відтак створити повноцінний образ. Синтактико-стилістичні засоби виразності є невід'ємною характеристикою текстів жанру «комікс», оскільки надають повідомленню відповідної змістової виразності, експресивності, суб'єктивного забарвлення і таким чином здійснюють вплив на розум, сприйняття та почуття читацької аудиторії. Відповідно **мета статті** – розглянути та проаналізувати лінгвостилістичне оформлення жанру «комікс», а також з'ясувати вплив на читача. З'ясовано, що автори коміксів за допомогою лінгвостилістичного оформлення намагаються привернути увагу читача та наголосити на важливості повідомлення. Для верифікації запропонованого описового дослідження було здійснено кількісний аналіз уживання усіх засобів виразності у текстах жанру «комікс».*

**Ключові слова:** жанр «комікс», засоби виразності, зміст фрази, лінгвостилістичне оформлення, увага читача, увиразнення повідомлення.

**Постановка проблеми.** На сьогодні жанр «комікс» є надзвичайно актуальним, оскільки допомагає відобразити спілкування у різних комунікативних ситуаціях. Автори коміксів за допомогою лінгвостилістичного оформлення намагаються привернути увагу читача та наголосити на важливості повідомлення, а також його самобутності. Фонетичні, графічні, лексико-стилістичні та інші засоби виразності виокремлюють цей жанр з-поміж інших, оскільки він є поєднанням мистецтва та літератури.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Вітчизняні та зарубіжні лінгвісти, такі як Г. Почепцов, Є. Олійник, О. Колісник, А. Мескін, Дж. Петті, А. Фахрі, Дж. Дітмар та інші приділяють значну увагу вивченню жанру «коміксів», тому що вони відображають спілкування за різних

обставин та ситуацій. Вони виокремлюють цей жанр з-поміж інших, оскільки в ньому зосереджується поєднання графіки та активне використання мовних засобів, що створює кращу композицію.

**Постановка завдання.** Відповідно мета статті – розглянути та проаналізувати лінгвостилістичне оформлення жанру «комікс», а також з'ясувати вплив на читача. Завдання статті – дослідити засоби виразності коміксів та їх вплив на психоемоційний стан читача.

**Виклад основного матеріалу.** Лінгвостилістичне оформлення жанру «комікс» представлено низкою фонетичних, графічних, лексико-стилістичних, образно-тропеїчних та стилістико-синтаксичних засобів виразності, гармонійне поєднання яких створює самобутність та неповторність зазначеного жанру.

Фонетичні засоби виразності. Фонетичні засоби виразності полягають у використанні звуків для створення певного акустичного ефекту і надання повідомленню виразності. У такий спосіб автори коміксів намагаються привернути увагу читача та наголосити на важливому аспекті повідомлення. Зокрема активного ужитку набуває алітерація, під якою розуміють багатократне повторення однакових (або схожих) приголосних звуків та звукосполучень, наприклад "...*fate's fickle finger flicks* ..." [1]. Такі фонетичні засоби виразності є ефективним засобом звукової організації текстів зазначеного жанру, апелюють до читацької аудиторії та наголошують на важливих елементах повідомлення.

Графічні засоби виразності у текстах жанру «комікс» покликані увиразнити повідомлення та привернути увагу читача до відповідного меседжу автора. Серед графічних засобів цього жанру спостерігаємо частотне вживання написання слів або частини тексту іншим шрифтом, курсивом, жирним наведенням, написання окремих слів з великої літери або великими літерами, зміну орфографії певних слів тощо. Використання графічних засобів виразності є прикметною ознакою аналізованого нами жанру. Тож проаналізуємо ефективність їхнього використання у коміксах, що слугували матеріалом нашого дослідження. Відтак для наголошення на важливості відповідної ознаки, характеристики, обставини чи події у текстах жанру «комікс» широко використовується наведення курсивом, наприклад: "...*If you didn't bring your hat, your mittens...*" [2]. Для акцентуації важливого меседжу автори коміксів послуговуються поєднанням курсиву та написанням слів великими літерами: "... *What do you think HAPPEND here?...* " [3]. Така практика є досить поширеною, а тому позитивно апелює до сприйняття інформації читачем. Для інтенсифікації змісту повідомлення використовується написання слів великими літерами, що підсилює значимість інформації та спрямовує увагу читацької аудиторії у важливому для правильного сприйняття напрямку: "... *A job like this just isn't his STYLE ...*" [4]. Використання жирного наведення в текстах жанру «комікс» надихає читачів зосередитися та замислитися над змістом сказаного: "... *We should have never tried to get away with it...*" [4].

Таким способом графічні засоби виразності допомагають увиразнити зміст відповідного повідомлення, а також емоційно виокремити зміст фрази, а тому зосереджують увагу читацької аудиторії та змушують замислитися над меседжем автора. Відповідно графічні засоби виразності

у текстах жанру «комікс» є ефективними у підсиленні інтенсивності повідомлення, що дозволяє привернути увагу читача до певного елемента тексту, а також допомагає передати авторські емоції та повноцінно розкрити меседж.

Лексико-стилістичні засоби виразності допомагають привернути увагу читацької аудиторії та додати повідомленню креативності. Вони дозволяють яскраво зобразити події, влучно описати факти, а відтак створити повноцінний образ тощо. У текстах жанру «комікс» часто спостерігається використання нецензурної лексики, зокрема: "... *You lazy bastard...*" [5]. Автори вдаються до використання нецензурної лексики для окреслення колориту повідомлення та відтворення правдоподібної реалії.

Образно-тропеїчні засоби виразності. Прикметною характеристикою жанру «комікс» є стилістично марковане втілення, позначене використанням різноманітних образно-тропеїчних засобів виразності. Зокрема у текстах зазначеного жанру широкого вжитку набувають гіперболи, наприклад: "...*These children feel nothing...*". Відтак гіпербола використовується для експресивного опису явищ, подій, ситуацій, а також допомагає описати внутрішні переживання та суперечності героїв коміксів. Не менш вживаним образно-тропеїчним засобом у текстах жанру «комікс» є метафора. Використання метафор у текстах досліджуваного жанру пробуджує читацьку уяву та допомагає відтворити образи, а відтак сприяє кращому сприйняттю матеріалу та додає повідомленню влучності та експресивної насиченості, наприклад: "...*Cried moon face...*" [5]. Широко вживаними у жанрі «комікс» є епітети, покликані надати образності, увиразнити зміст понять і створити самодостатній та неповторний стиль автора, наприклад: "... *listening to our parents spout their uneducated...*" [5]. Безумовно, епітети допомагають досягти емоційного залучення читацької аудиторії, сприяють створенню різноманітних яскравих образів тощо. Для експресивності та асоціативності вживаються порівняння, що надає текстам зазначеного жанру привабливості та експресивності, наприклад: "... *I chased God like a rabid dog...*" [5]. Застосування порівнянь у коміксах сприяє влучній характеристиці подій, ситуацій та персонажів публікацій.

Синтактико-стилістичні засоби виразності набувають особливої ваги у жанрі «комікс». Зауважимо, що синтаксичні прийоми передбачають зміну порядку слів у реченні, а також безпосередню послідовність речень у тексті тощо. Відтак

модель речення може містити основну і додаткову інформацію, входити у синонімічні відносини, утворюючи синтактико-стилістичні парадигми, що надає повідомленню бажаної динамічності та створює відчуття живого мовлення.

Дистинктивною ознакою текстів жанру «комікс» є використання номінативних речень: "...So it's not the idea that causes my grief, it's the person..." [6]. Номінативні речення сприяють стислому й лаконічному опису ситуації, посилюють динамічність повідомлення, а інколи й можуть надати ліричності й відтінку схвильованості тощо. Влучному опису емоційного стану персонажів коміксів, зокрема їхніх переживань, здивування, схвильованості чи нерішучості допомагає уживання умовчання, наприклад: "...They have learned to feel nothing... .." [5]. Умовчання допомагають читачам відчувати всю гаму почуттів персонажів коміксів, а відтак спонукають замислитися над меседжем автора та відповідно суспільно значимою проблемою, піднятою митцем. Частотного вживання у текстах аналізованого жанру набува-

ють повтори, засновані на експансії початкової моделі речення. Повтори переважно використовуються авторами коміксів для наголошення на важливій інформації та привернення уваги читацької аудиторії, наприклад: "... *They will not break me, they will not break me, they will nor...*" [7]. Досягти створення повноцінного образу, влучного правдоподібного опису ситуації, події, явища тощо дозволяють перелічення. Перелічення реалізуються у структурі складнопідрядного речення з однорідною супідрядністю та дозволяють автору наголосити на важливих складових повідомлення наприклад: "*Because a person is weak. They can be caught, killed, and forgotten*" [6]. Зазначимо, у текстах аналізованого жанру є використання риторичних питань, що створює ефект очікування та додає вагомої інтриги, наприклад: "... *And then I hit him. What would you do?...*" [5]. Можемо стверджувати, що синтактико-стилістичні засоби виразності є невід'ємною характеристикою текстів жанру «комікс», оскільки надають повідомленню відповідної змістовної виразності,

Таблиця 1

Засоби виразності текстів жанру «комікс»

Засоби виразності	Кількість		
Фонетичні	8%	<i>Алітерація</i>	15%
		<i>Асонанс</i>	85%
Графічні	23%	<i>Курсив</i>	33%
		<i>увирознення ініціальної літери</i>	5%
		<i>жирне наведення</i>	31%
		<i>написання великими літерами</i>	17%
		<i>відмінне шрифтове наведення</i>	14%
Тропи	38%	<i>Гіпербола</i>	33%
		<i>Епітет</i>	29%
		<i>Метафора</i>	11%
		<i>Алюзія</i>	2%
		<i>Порівняння</i>	11%
		<i>Антитеза</i>	2%
		<i>Оксиморон</i>	2%
		<i>Метронімія</i>	10%
Синтаксичні	31%	<i>засновані на скороченні моделі речення</i>	38%
		<i>Еліпсис</i>	18%
		<i>Апозіопезис</i>	14%
		<i>номінативні речення</i>	16%
		<i>Замовчування</i>	36%
		<i>Асидентон</i>	16%
		<i>засновані на розширенні моделі речення</i>	44%
		<i>Повтор</i>	46%
		<i>Перелічення</i>	14%
		<i>Відокремлення</i>	10%
		<i>Інверсія</i>	30%
		<i>засновані на трансформації моделі речення</i>	18%
		<i>риторичне питання</i>	100%

експресивності, суб'єктивного забарвлення і таким чином здійснюють вплив на розум, сприйняття та почуття читацької аудиторії.

Для верифікації запропонованого описового дослідження було здійснено кількісний аналіз уживання усіх засобів виразності у текстах жанру «комікс». З результатами кількісних підрахунків можна ознайомитися у таблиці (табл. 1).

Розглянемо детальніше лінгвостилістичні особливості додатково на прикладах із коміксів:

1. "... *We are taught to remember not a person, but an idea* (протиставлення створює контраст між запам'ятовуванням людини та запам'ятовуванням ідеї, припускаючи, що ідеї є більш довговічними та впливовими.). *Because a person is weak. They can be caught, killed, and forgotten* (перелічення виявляє вразливість людини, нагадуючи про смертність і швидкоплинність.). *But an idea can still change the world four hundred years later. I know from personal experience what the power of an idea is. I have seen murders committed in the name of an idea, people going to their deaths. But an idea cannot be kissed. You can't touch it. You can't hug it* (повторення підкреслює нематеріальність ідеї порівняно з матеріальними аспектами людини. Таке повторення додає акценту і підсилює думку.) *An idea cannot bleed. It cannot feel pain. An idea cannot love* (градація, розвиток подій у цьому реченні наростає до кульмінації, підкреслюючи емоційну вагу, що надається людині, а не ідеї. Використання градації посилює вплив цього усвідомлення). *So it's not the idea that causes my grief, it's the person* (номінативне речення). Ця цитата вчить нас, що ідеї мають потужну й тривалу силу, незалежно від того, через які випробування проходить конкретна особа. Вона підкреслює важливість втілення ідей у життя, адже саме вони здатні зробити значущий внесок у трансформацію суспільства, що спричиняє соціальні зміни. Ця цитата також підкреслює важливість ідей, незалежно від того, наскільки вони могутні, народжені в людському розумі; нагадує нам про відповідальність та обережність у формуванні, поширенні і захистові ідей.

2. – *Die! Why don't you die?*

– *Because under this mask there is something more than flesh. Underneath is an idea, and ideas can take bullets.*

Ця фраза відображає глибокий філософський погляд на силу ідей та переконань. Персонаж, який вимовляє ці слова, припускає, що справжня суть його існування виходить за межі фізичного тіла, представленого маскою. Висловлювання підкреслює стійкість і витривалість ідей, стверджуючи, що вони сильніші за просто плоть.

3. *It is very easy to lose sincerity, but it is our only true asset, our last frontier. But within it, we are absolutely free. What are the means of expression in this quote and what does it teach us?* Ця цитата навчає нас цінувати щирість, оскільки вона є ключем до нашої внутрішньої свободи та істинного надбання. Вона заохочує дбати про цю цінність, навіть якщо можна буде легко її втратити, та розглядати її як найважливіший елемент нашого внутрішнього світу.

4. *I saw the revolution that deprived me of my family. I survived the war. And it was a simple love story that broke me* (градація). Ця цитата навчає нас, що навіть найскладніші життєві випробування та трагедії можуть виникнути з найнепримітніших або звичайних обставин. Вона вказує на важливість уважності до наших особистих взаємин та на те, що навіть невеличкі події можуть мати глибокий вплив на наше життя.

5. *These children feel nothing* (гіпербола, застосування якої підкреслює емоційний вимір ствердження та вказує на крайність відсутності емоцій у цих дітей).

*They have learned to feel nothing... (замовчування) and because they feel nothing, (повтори) they can pretend to be adults and cope with the pain they are forced to experience. They can be fucked in the back seat of the family car and call it affection... or business... (замовчування) They speak the language of money and power (метафора "the language of money and power" означає спосіб вираження себе та взаємодії у світі, передає складність їхнього життя та виховання) because they come from a life without money, full of powerlessness. (гіпербола, полягає в екстремальній характеристиці їхнього досвіду як не просто безгрошів'я, а «повного безсилля і болю».* Таке перебільшення, ймовірно, використовується для того, щоб підкреслити серйозність труднощів, з якими стикаються люди, що живуть у таких умовах). *And pain* (градація, номінативне речення). Ця цитата говорить нам про соціальні та емоційні виклики, які можуть виникати у тих, хто виростає в умовах бідності за відсутності підтримки. Вона підкреслює важливість сприйняття і розуміння таких осіб, а також робить виклик для суспільства подумати про причини та наслідки цих явищ.

6. *What incredibly good manners* (гіперболічний епітет. Застосування епітету "incredibly" вказує на неймовірність та виокремленість хороших манер у певному контексті).

*Maybe they both know that the other one is walking around with a gun?* (риторичне питання підкреслює невизначеність ситуації та залишає читача в роздумах). Ця цитата показує нам важ-



ливість розуміння контексту та тонкощів взаємодії між людьми. Вона підкреслює, що позначені як “incredibly good manners” можуть ховати в собі невідомі чи неочікувані аспекти, і залишає нас з питанням про справжні наміри та обставини взаємодії.

7. *This city provided me with a complete victory, and you know why? Because people don't want anything but pleasing TV, a stash of booze, and a blowjob on Saturday night.* Цитата демонструє найрізноманітніші погляди на щастя та задоволення в різних соціокультурних контекстах. Вона виражає певний сарказм та критику, підкреслюючи, що перемога для одних може мати інші, несподівані значення для інших.

8. *People never know what the truth is, it's under your shit (метафора.* Використання метафори, де правда порівнюється з чимось, що знаходиться під "лайном" (шаром неправдивих інформацій), вказує на те, що істина схована або прихована), *but people don't look! That's what I hate most about \*\*\* city – false news and truth, (відокремлення) the very concept of which is outdated (використання нецензурної лексики* для посилення ефекту, надання характеристики персонажу). Ця цитата допомагає нам розрізнити інформацію та розуміти, що істина може бути спотвореною або схованою під шарами неправдивих новин. Вона також виражає негативне ставлення до сучасного підходу розуміння інформаційного простору.

9. *Let's dig an enormous castle (гіперболічна метафора.* Ідея копати величезний замок є гіперболічною, оскільки замки зазвичай будують над землею, а не копають. Перебільшення додає відчуття грандіозності майбутньому проєкту.) *Cried toon face (метафора.* Опис когось як «місячного обличчя» є метафорою, що приписує риси обличчя місяцю. Ця метафора, ймовірно, передає кругле або повне обличчя, створюючи яскравий, можливо сумний образ).

*Then we can all sit on the top of it when the sea comes in.* Ця фраза виражає надію та готовність до дій у погоні за власними мріями. Вона демонструє, що при зіткненні з викликами, які символізують «море», важливо розглядати їх як можливості та знаходити шляхи до перемоги, перетворюючи труднощі на переваги.

10. *I don't understand what he wants me to SAY (жирне наведення, наведення великими літерами), why don't they stop the film? (риторичне питання). He has a welsh accent. He keeps talking.* Автор цими словами створив атмосферу, щоб передати стан нашої героїні. Вони проникають у свідомість з три-

вожністю та страхом, відображаючи невизначеність персонажа щодо подій, які розгортаються далі.

11. *We spent days and nights with other kids (гіпербола,* перебільшення для підкреслення великої кількості часу, проведеного разом з іншими дітьми). *Sitting on the sidewalk, listening to our parents spout their uneducated (епітет,* характеризує батьків з іншої сторони), *hateful, cheap beer-laced crap (авторський епітет,* специфічний і живописний епітет, що додає колір та конкретність до опису) *and thinking, "Is this me? Am I going to be like this in 20 years?" (риторичне питання,* без очікування відповіді, що підкреслює внутрішню непевність та роздуми героя), *– and planning an escape, since I was eight years old, planning a grand (епітет.* Використання слова “grand” підкреслює важливість та масштабність бажаної зміни) *escape from that life.*

*When I come back here, I wonder who did it.* Ця фраза відображає незадоволеність героя, виражаючи його бажання чогось іншого та прагнення до змін, які б могли відбутися відсутністю цього бажаного.

12. *So a fanatic comes to me with a tin-eyed, pewter-eyed (епітет,* описи чоловіка, додаючи його зовнішності металевий і, можливо, дегуманізуючий відтінок) *man, with his ass chewed out (метафора* вказує на те, що чоловік, можливо, зіткнувся зі значними проблемами або труднощами), *and asks me if I've ever thought about God (іронія* полягає в тому, що фанатик ставить глибоке питання про Бога людині, яка в наступній заяві стверджує, що вбила Бога. Це створює контраст між серйозністю питання і нешанобливою відповіддю). *I said I killed God (експресивність* додає інтенсивності висловлюванню оповідача, виражаючи сміливу і наполегливу перспективу.)

*I chased God like a rabid dog (порівняння* яскраво передає агресивне переслідування оповідачем Бога, підкреслюючи запал і рішучість у його діях), *chopped his legs with a garden saw, husked him with corn and dissolved him in a barrel of acid. Well, he shoves a teaser under my nose and says that only the Serbian Church of Tesla can save my multiphase field, which is called soul outside the environment of engineers. And then I hit him. What would you do? (риторичне питання).* Ця цитата досліджує та розкриває тему бунту та нешанобливого ставлення до релігії. Вона також висвітлює протистояння між духовними переживаннями та прагматичним, можливо, науковим світоглядом. Це відображає справжні думки та ставлення деяких людей до віри в Бога.

13. *You can't see the truth, people! It's right there, right* (повтор. Повторення слова "right" підсилює акцент на тому, що правда знаходиться дуже близько та безпосередньо під поверхнею.) *underneath their bullshit, only you never look!* (окличне речення наголошує обурення та звертається до аудиторії, закликаючи їх звертати увагу на очевидні речі, які вони можуть упускати). *That's what pisses me off the most about this fucking city: lies on the news and the truth under the fence!* (антитеза, контраст між «брехнею у новинах» і «правдою під парканом» підсилює враження того, як система або навколишнє середовище приховує істину від громадськості). Ця фраза виражає невдоволення та обурення героя відносно того, як влада або навколишній світ вдається приховувати істину чи спотворювати факти. Автор, ймовірно, висловлює свою невдоволеність системою, де інформація може бути спотвореною або затушованою, і закликає аудиторію бути більш уважною, пристосовувати свій погляд і не приймати пред'явлену інформацію безкритично. Також можливо, що автор висловлює прагнення до розкриття істини та прозорості в суспільстві.

14. *My name is Spider Jerusalem. I am the most beloved person in this city* (сарказм. Автор використовує сарказм, наводячи на те, що, можливо, персонаж не є насправді найбільш улюбленою особою в місті.). *I'm a journalist. I write articles for a newspaper called The Word, titled "I Hate Being Here"* (іронія. Зазначення того, що персонаж, який стверджує, що його обожають, пише статті із заголовком "I Hate Being Here". Це може вказувати на внутрішній конфлікт або негативність персонажа, хоча він стверджує, що його обожають.) *Because I hate it. I hate it and I hate you. And you love me for it* (звертання). *That's how it works. If you argue with me, I'll break your skull with my foot and shit in your living brain* (гіпербола для створення враження надмірної агресії та насильства. Це

може бути спробою персонажа підкреслити свою рішучість або ж створити образ ексцентричного та владного журналіста). *And you'll love me even more. Thank God for me.* Автор створює образ персонажа, який є неординарним, провокаційним та непередбачуваним. За допомогою сарказму, іронії та гіперболи автор намагається висловити та вирізнити нестандартність та амбітність цього персонажа.

15. *I heard an anecdote once. A man goes to the doctor, complains of depression, says life is rough and cruel, that he feels alone in a threatening world. The doctor offers a simple prescription – the great clown Pagliacci is in town today, go see him, it will cheer you up. The man bursts into tears. "But doctor", he says, "I am Pagliacci* (парадокс. Чоловік виявляє, що він сам є Pagliacci, він закликає всіх сміятися. Це іронічне прохання може вказувати на те, що навіть коли саме комічна ситуація розкривається, вона все одно може бути трагічною). *That's a good joke. Everybody laugh.* Цей анекдот говорить нам про складність людських емоцій, контраст між публічними виступами та приватною боротьбою, а також про іноді іронічну природу пошуку розради у розвагах чи перформансі. Він спонукає до роздумів про життєві принципи, які люди підтримують, і про виклики, з якими вони можуть зіткнутися.

**Висновки.** У ході дослідження встановлено, що лінгвостилістичне оформлення жанру «комікс» є специфічним, оскільки враховує мовну організацію насамперед тексту, який є надзвичайно виразним. Частотність уживання зазначених засобів виразності дає всі підстави стверджувати, що їхнє використання у текстах аналізованого жанру є дистинктивною ознакою. Вони сприяють посиленню та увиразненню змісту повідомлення, надають текстам досліджуваного жанру необхідної тональності. Отже, жанр «комікс» є надзвичайно цікавим з лінгвістичної точки зору та потребує подальшого вивчення.

#### Список літератури:

1. Dittmar J. Comic-Analyse. GmbH, 2008. 220 p.
2. Підпригора С. Українська графічна проза на шляху до популярності. URL: <https://www.ideo-grafika.com/ukrainian-grafik-novels> (дата звернення 10.11.2023).
3. Forceville C. Stylistics and Comics. London, 2013. 16 p.
4. Колісник О. В. Специфіка сучасних коміксів: традиції та інновації. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/19963> (дата звернення 15.10.2023).
5. Fakhri A. Narration in journalistic and legal discourse. Text: an interdisciplinary journal for the study of discourse. Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 1998. Vol. 18. P. 445–465.
6. Gag Comics. URL: <https://cutt.ly/3d9egkD> (дата звернення 15.11.2023).

**Chernysh O. A., Biloshytska Z. A., Biliak I. V. LINGUOSTYLISTIC FEATURES OF THE “COMICS” GENRE**

*The article examines the linguostylistic features of the “comics” genre. Today, the study of this genre in linguistics is relevant, as it reflects communication in various communicative situations. The authors focus on the linguistic-stylistic characteristics of comics, in particular, phonetic, graphic, lexical-stylistic, and other means of expression, which sets this genre apart from others and gives it its originality. Also, the article examines in detail the phonetic and graphic means of expression, which effectively organize the text of the specified genre, appeal to the readership, and emphasize essential elements of the message. The authors established that graphic means of expression in the texts of the “comic” genre are effective in enhancing the intensity of the message, which draws the reader’s attention to a particular element of the text and also helps to convey the author’s emotions and fully reveal the author’s message. To emphasize an important message, comic book authors use a combination of italics and capitalized words. Linguistic and stylistic tools allow you to vividly depict events, accurately describe facts, and thus create a complete image. Syntactic and stylistic means of expressiveness are an integral characteristic of the texts of the “comics” genre, as they give the message appropriate expressiveness and subjective color and thus influence the mind, perception, and feelings of the readership. Accordingly, the purpose of the article is to consider and analyze the linguistic and stylistic design of the “comics” genre, as well as to find out the impact on the reader. It was found that the comics authors try to attract the reader’s attention and emphasize the importance of the message with the help of linguistic and stylistic design. To verify the proposed descriptive research, a quantitative analysis of the use of all means of expression in the texts of the “comics” genre was carried out.*

**Key words:** genre “comics”, means of expression, the phrase’s meaning, linguistic, stylistic design, reader’s attention, and message expression.

## ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО

УДК 792.032/036:82-2(100)

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/06>

*Подковиркофф Н. Т. С.*

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

### ХАРАКТЕР КОМУНІКАЦІЇ ДРАМАТУРГА І РЕЖИСЕРА В ДІАХРОНІЧНОМУ АСПЕКТІ

*У статті досліджуються стосунки драматурга та режисера від етапу зародження театру у Давній Греції до XX століття. Драматург та його роль в античному театрі трактується як універсалістська, адже він забезпечував смаки й уподобання публіки, міг бути організатором вистави, актором, автором, постановником-режисером одночасно. Комунікація драматурга з публікою мала іманентний характер прояву індивідуальної творчої свободи трагічного чи комічного поета, значною мірою формувала чи руйнувала канон драматургії. Середньовіччя нівелювало роль драматурга до відомих містеріальних, міраклійних, біблійних сюжетів, а корпоративно-цеховий характер забезпечував режисерсько-сценаристську складову комунікації, тому роль драматурга і режисера теж фактично збігалися в одній особі.*

*Театр епохи Відродження, репрезентує дві моделі комунікації – «авторську» та «акторську» режисури, коли функції постановника в першому випадку здійснювали самі драматурги, а в другому – провідні актори театру, які ставили виставу на основі власної інтерпретації тієї або іншої п'єси, коригуючи свій задум відповідно до контексту домінуючого у той чи інший час художнього спрямування.*

*«Акторська» режисура потрактовує постановника вистави як певного посередника між драматургом і публікою, «авторська» режисура уможливорює рівнозначність та вагомість автора і режисера, яких можемо означити фігурою адресанта.*

*Реалістично-натуралістичний театр, що був популярним у середині XIX століття, фактично об'єднує драматурга і режисера в одній фігурі, таке узагальнення та театральний натуралізм у свою чергу провокують у глядача аберації зорового сприйняття вистави, характерною особливістю моделі режисерської діяльності в такому театрі є те, що постановник вистави слідує не за текстом п'єси, а за автором.*

*У контексті театральної парадигми XX століття комунікація «драматург – режисер» набула інших якісних вимірів. Висувається ідея режисера як другого, «інішого» автора, вона пов'язана з необхідністю розкриття підтекстів нової драматургії, нароцування смислів, колажування, нової виразності. Режисерський театр не обмежується простою «передачею повідомлень», що містяться в драматургічному періоджерелі, він заповнює реальні або потенційні комунікативні лакуни, переводить п'єсу у виставу. В акті переведення драматургії з мови літератури на мову сцени змінюється і характер комунікації між драматургом та режисером: від авторського до режисерського театру.*

**Ключові слова:** театр, комунікація, драматург, режисер, режисерський театр.

**Постановка проблеми.** Проблема взаємин режисури та драматургії, автора і глядача, літературного твору і його сценічного втілення постала в історії театру задовго до формування режисури як самостійного виду художньої творчості у театральному мистецтві на рубежі XX століття. Становлення та подальший розвиток театального мистецтва проходило різні історичні періоди, у кожному з яких існувала своя мистецька

домінанта, яка брала на себе відповідальність за постановку вистави.

Так, у Давній Греції, де зароджується театр, театральна справа й драматургія, за постановку трагедії відповідав архонт – особа, яка брала на себе відповідальність за організацію та підготовку постановки трагедії чи комедії. Однак автор при цьому був активно задіяним, навіть міг бути актором (як у випадку з молодим Аристофаном, який

грав у своїх ранніх комедіях). Однак ні архонт, ні актори не могли самовільно змінювати текст, запропонований автором. Сам драматург здійснював функції організатора постановки власного тексту, прийнятого до публічної демонстрації в період Великих Діонісій. Він же пристосовував свою трагедію чи комедію відповідно до миттєвих коливань суспільного смаку афінської публіки [1].

Нарешті, знову ж таки драматург, як, наприклад, Софокл, у певний, причому досить тривалий період побутування класичного грецького театру, формував художній смак публіки [2]. Більше того, на ньому в основному лежали й антрепренерсько-організаторські функції, пов'язані з формуванням хорового складу учасників майбутньої вистави, щоправда, у цьому йому допомагав хореґ, якого призначав перший архонт.

З 457 року до н. е. драматург (стосовно театральної культури античності ми вживаємо це поняття з певною часткою умовності) здійснював і підбір перших акторів. Автор самостійно проводив репетиції як з хором, так і з провідними виконавцями ролей – протагоністами. Крім того, не слід забувати, що античний театр – це театр суспільно-політичний та громадський, який прагне відобразити колективну, дуже часто архаїчну свідомість. Йому властива направленість на політико-громадську інвективу, можемо припустити, що це часто було причиною орієнтації драматурга на ціннісні та моральні настанови, які висувуються суспільством до драматичного твору та самого спектаклю, а також на врахування смаків публіки.

Так, один із представників «золотого століття» давньогрецького театру – поет Фрїніх у 496 році до н. е. представив під час Діонісій свою трагедію «Падіння Мілета», присвячену недавнім подіям війни з персами. Під час вистави глядачі плакали, співчуваючи персонажам. Фрїніху присудили перше місце, але водночас трагічного поета було оштрафовано на значну суму за порушення принципу «золотої середини». Іншими словами, він «загрався» і перейшов той психологічний кордон, який відокремлює катарсис від істерики. Цей випадок можемо трактувати як зразок порушення комунікації автора і публіки, і це порушення викликане авторською інвективою.

Однак комунікація драматурга і публіки (неважливо, чи в особі афінської адміністрації чи значної частини театру) нерідко зазнавала спотворень і через зовнішні причини. Справа в тому, що і Есхіл, і Софокл, і Еврїпід писали свої трагедії у часи швидкої зміни соціально-моральних парадигм, тому не завжди враховували у своїх творах смаки та політичні очікування публіки.

Так, тягіння до застарілих патріархально-архаїчних норм стало однією з головних причин драматургічного фіаско Есхіла, далеко не всі глядачі схвалили той вибір між державним і сімейним обов'язком, який зробила софоклівська Антигона.

Грецька архаїчна свідомість була досить консервативною, патріархальною, тому трагедії Еврїпіда, де переважали серед дійових осіб жінки, не могли не викликати роздратування [2]. Відомо, що фрагмент з трагедії Еврїпіда, яка не дійшла до нашого часу, де мова йшла про золото, яке стало цінністю більшою за сімейні відносини, викликав гнів у театроні, авторові, за свідченням Сенеки, прийшлося вийти на оркестру і пояснити, що цю репліку використано, для зображення негативного персонажа трагедії, і публіки вона не стосується.

Утім, практично необмежена чийось втручанням авторська влада в процесі постановки власної трагедії чи комедії, не була панацеєю від можливих абераций як у ході репетицій вистави, так і під час її демонстрації на публіці.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження характеру комунікації драматурга і режисера в діахронічному плані, виявлення специфіки та особливостей їхньої комунікації.

**Виклад основного матеріалу.** Автор-драматург в Античності мав надзвичайно важливе значення у комунікаційному процесі, фактично на кілька століть він визначає функції і роль адресанта, та й інші театральні складові комунікації сягають античності, як-от: текст як повідомлення, публіка як адресат, організація сценічних вистав як умови комунікації тощо. Отже можемо констатувати, що стосовно античності комунікація п'єси та публіки забезпечувалась значною мірою автором тексту, ця комунікація має іманентний характер прояву індивідуальної творчої свободи трагічного чи комічного поета, його позиція значною мірою формувала чи руйнувала канон драматургії.

Зазначимо, що порушуючи правила затвердженого канону, автор, в такий спосіб може бути нецікавим для сучасників, невизнаним, але з погляду історичного розвитку та комунікації поколінь – першовідкривачем і новатором. Отже, функції драматурга в античному театрі цілком можна розглядати як універсалістські та такі, що забезпечують смаки й уподобання публіки, об'єднують фактично постать автора-драматурга та постановника-режисера.

Театр епохи Середньовіччя мав справу з муніципальною та корпоративно-цеховою режисурою та постановкою. П'єси створювались на основі біблійних сюжетів та мотивів, автора та драматурга

як такого не було, а корпоративно-цеховий характер постановок зводив адресата та адресанта фактично до одної ролі, що звичайно, трансформує комунікативну модель, адже автор та актор об'єднані режисерськими, сценаристськими компетенціями та завданнями. Фактично функції автора в Середньовіччі нівелювались апеляцією до відомих містеріальних, міраклійних, біблійних сюжетів, а корпоративно-цеховий характер забезпечував режисерсько-сценаристську складову комунікації.

Починаючи з театру епохи Відродження, найпоширенішими стають моделі «авторської» та «акторської» режисури, коли функції постановника в першому випадку здійснювали самі драматурги, а в другому – провідні актори театру, які ставили виставу на основі власної інтерпретації тієї або іншої п'єси, коригуючи свій задум відповідно до контексту домінуючого у той чи інший час художнього спрямування.

«Акторська» режисура потрактовує постановника вистави як певного посередника між драматургом і публікою. Завдання його полягає головним чином у тому, щоб адаптувати авторський текст до сценічного, при цьому зберігаючи художні складові авторського задуму, не змінюючи літературного трактування, композиційної структури, смислових акцентів.

Отже, за такої комунікативної моделі розширюються художні та культурно-історичні горизонти, властиві світогляду самого драматурга, «акторська» режисура додає тексту сценічності та візуальної виразності. Важливе місце у цьому типі відносин режисури та драматургії займає встановлення у виставі причинно-наслідкових психологічних зв'язків між дійовими особами, що веде до появи сценічного образу. Тому констатуємо, що комунікативна модель «акторської» режисури у фігурі адресанта об'єднує автора і режисера, у повідомлення вноситься авторський текст, сценічність та візуальність, дійові особи тексту стають сценічними образами, а у фігурі адресата маємо публіку, а не просто глядача.

«Авторська» режисура епохи Відродження добре представлена в Англії та Іспанії, де автори залучалися досить активно до постановки п'єс у театрі. Постановник п'єси намагається об'єднати літературний та сценічний варіанти, однак головна роль при цьому належить авторові, а решта учасників комунікативного процесу втілюють його задум: режисер, постановник, актори.

Як бачило, постулюється ідея «примату автора над режисером», але сценічна практика «авторської» режисури свідчить про практичну відсут-

ність у ній домінування автора п'єси над автором вистави. Тобто при «авторській» режисурі вистава уможливило рівнозначність та вагомість автора і режисера, яких можемо знову ж таки означити фігурою адресанта.

Реалістично-натуралістичний театр з його прагненням правдоподібності та бажанням зображення «правди речей», «зовнішнього фізичного життя» актором на сцені дає підстави вважати, що часом створювалась ілюзія повної творчої автентичності та солідарності режисера та драматурга у виставі. Те, що внутрішня правдоподібність підмінювалася зовнішнім проявом емоцій виконавця ролі, часом залишалось непомітним, розчинившись у масі наявних історико-побутових подробиць. Про ідеальну з його точки зору модель натуралістичного театру із захопленням відгукувався Е. Золя: «Точна декорація, наприклад, салон з його меблями, жардиньєрками, дрібницями, дає зараз же поняття про становище, визначає коло товариства, яке ми маємо перед очима, розповідає про звички дійових осіб. І до того ж, як легко почуваються в цій обстановці актори, як вони живуть тим життям, яким повинні жити!» [8].

Сценічний натуралізм домінував у багатьох спектаклях XIX століття й на українській та французькій сцені, віддаючи належне відтворенню окремих життєво-етнографічних деталей з гранично побутовою скрупульозністю та точністю. Новизною і справжнім мистецтвом вважалася зовнішня, матеріальна правда, яка найперше впадає в око. Зовнішній реалізм, домінування історичної та етнографічної правдоподібності – один із проявів аберації в комунікативній зв'язці «драматург-режисер», за якої зовнішні засоби вважаються самодостатніми для досягнення сценічної правдоподібності. Втім, з іншого боку, те, що натуралізм виводить на сцену «просто людей і людей дуже звичайних, з якими ми постійно зіштовхуємось у житті» [8], значно розширило театральну аудиторію, долучаючи до мистецтва сцени нових глядачів.

Отже, проаналізувавши характер комунікації та стосунки «драматург-режисер» у реалістично-натуралістичному театрі констатуємо, що такий театр фактично об'єднує їх в одній фігурі, таке узагальнення та театральний натуралізм у свою чергу провокують у глядача аберації зорового сприйняття вистави насамперед через готовий варіант відповіді на поставлені питання. Отже, можемо констатувати, що у XIX столітті з досить популярною реалістично-натуралістичною моделлю комунікації у театрі співіснує й «акторська» модель, яка сформувалась у попередній період.

Характерною особливістю «акторської» моделі режисерської діяльності в театрі кінця XIX – початку XX століття є те, що постановник вистави слідує не за текстом п'єси, а за автором. З'являються режисери, для яких п'єса – це часто лише привід для постановки. Якщо ви даєте їм свою п'єсу, то цю обставину доводиться мати на увазі, тому що спектакль може не відповідати вже авторському задуму, але може стати самостійним твором і навіть дуже цікавим. Така річ у принципі не травмує. Ви бачите інше рішення, але п'єса залишається, живе – у такий спосіб можна визначити «акторську» режисуру.

XX століття – це поява модерністського, епічного театру, це час, коли театри і драматурги шукають нові форми для втілення драматургічних текстів як у західноєвропейській, так і в українській драматургії. Це час, коли докорінно змінюється погляд на автора та режисера, це поява режисерського театру. Якщо розглядати історичне становлення режисерського театру, то його витoki сягають реалістично-натуралістичного театру, який прагнув відтворити історичну достовірність реалій побуту у виставі, однак у такому театрі не запрошують глядача до співпраці, до здатності продумувати власні ходи та домислювати сюжети.

Однак характер літератури, театру, як і життя, змінюється у XX столітті, тому постановника позиціонують як самоцінну фігуру «автора спектаклю». На думку Мейєрхольда, виникає ситуація, в якій «література підготовлює театр» [5], а сцена провокує появу нової літератури. Театральний натуралізм виявився неспроможним висловити новачки, характерні для драматургічної літератури початку XX століття. У контексті неklasичної театральної парадигми, що формується, комунікація «драматург – режисер» набула інших якісних вимірів. Висувається ідея режисера як другого, «іншого» автора, вона пов'язана з необхідністю розкриття підтекстів нової драматургії, що завойовує підмостки, з її новою мовою та виразністю.

І тут слід сказати про постать Мейєрхольда, який з його неприборканим прагненням відкриття «інших» смислів у п'єсі, смислів, насам-

перед навіть не літературно-художніх, а соціально-політичних, про наявність яких драматург часом навіть не підозрював, став одним із перших деконструктивістів радянського театру. Це підтверджується його потягом до аналітичного розчленування-демонтажу структури п'єси на окремі складові та побудови на їх основі нової конструкції, яка часто нічого спільного не має зі структурною організацією драматургічного тексту. Подібне «переколажування» смислового середовища паперового тексту не лише насичувало останній більшою соціальною гостротою, а й збільшувало його видовищно-ігровий, візуальний потенціал. «Режисер вільний від автора. Ремарка останнього для режисера лише потреба, викликана технікою того часу, коли п'єса писалася». Далі Мейєрхольд пише, що постановник має право приймати лише ті ремарки автора, «які поза планом технічної необхідності», тобто не заважають реалізації режисерського мистецького задуму [5, с. 141]. Ще категоричніше висловлюється Прістлі: «якщо в театрі роль драматурга принижена, то це поганий театр» [там само].

Фактично, ця дискусія про характер стосунків драматурга і режисера дає підставу говорити про режисера як іншого автора, який вільно не лише інтерпретує, а й трансформує текст драматурга, тому адресант в комунікативній моделі буде представлений різними персоналіями (рис. 1).

При зазначеній моделі комунікації автор постає як конструктор адресанта, текст трансформується до рівня «метатексту», а адресатом є не просто публіка, яка чекає на розвагу, це глядацька аудиторія, якій надається значна свобода сприйняття та інтерпретації тексту. Тому повертаючись до фігури адресанта констатуємо його різні функції, які реалізуються в організації принципово нової позиції, особливому погляді на театральний процес та є неоднозначними:

– він може виступати як деміург, який задає не тільки акторові, а й сценографу, композитору, авторам костюмів, гримерам парадигму майбутнього спектаклю, змушуючи весь творчий корпус театру мислити однаково;

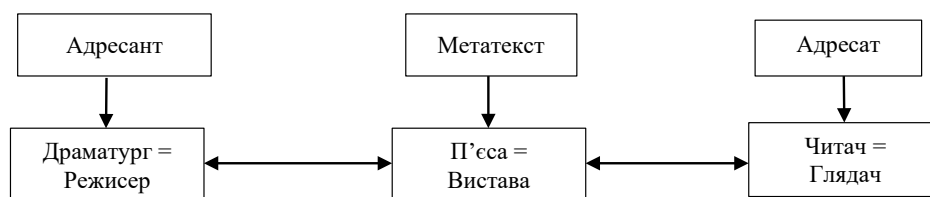


Рис. 1

– з іншого боку – режисер може обмежитися лише роз'ясненням загальної художньої концепції, що готується до сцени, даючи іншим учасникам комунікативного процесу максимальний ступінь художньої свободи.

Отже, можемо констатувати, що в такий спосіб відбувається трансформація літературного драматургічного тексту не просто в п'єсу, а у виставу. Тому доречною буде думка Р. Барта, що не п'єса, а лише вистава є універсальною категорією, за допомогою якої досягається світ [6].

Звичайно, це порушення діалогічності при інтерпретації традиційного тексту є неминучою умовою режисерського театру. Тут доречною, на наш погляд, є думка Гадамера, що справжня творча інтерпретація («прочитання») повинна бути обмежена єдиною вимогою – необхідністю прислухатися до автора, вона повинна враховувати те, що «впливає з самого змісту» [3]. Це становить суть етики тлумачення тексту (герменевтики), зокрема перетворення тексту з мови літератури на мову сцени. Відбувається процедура, яку в комунікації позначають як нарощування смислів, а це нарощування забезпечує саме режисер. Режисерський театр у цьому відношенні не обмежується простою «передачею повідомлень», що містяться в драматургічному першоджерелі, але бере на себе завдання заповнення реальних або потенцій-

них комунікативних лакун, які неминуче виникають під час перетворення п'єси на виставу. Вистава – призначена насамперед для візуального сприйняття, драма ж – апелює до інших «рецепторів». В акті пристосування драматургії з мови літератури на мову сцени потенційно закладено нерозуміння-аберації, пов'язані, перш за все з тим, що п'єса, яка відіграє вирішальну роль на початку створення сценічного варіанту, надалі стає лише одним із змістовних елементів його структури.

**Висновки.** Отже, проаналізувавши особливості та характер взаємовідносин драматурга і режисера в історичній ретроспективі констатуємо, що сучасна драматургія і театр рухаються від авторського театру до режисерського, за такого підходу змінюється характер комунікації як між драматургом і режисером, так між адресантом і публікою. Значних трансформацій зазнає і текст, який з літературного авторського перетворюється на сценічний режисерський текст, який доповнюється новими смислами завдяки режисерським інтерпретаціям і всім задіяним у спектаклі особам.

Перспективи розвитку цієї теми вбачаємо у встановленні особливостей комунікації режисерського театру, ролі у цій комунікативній моделі драматурга і режисера, проблемі нарощування смислів літературного тексту при сценічному втіленні, функції та ролі адресата.

#### Список літератури:

1. Арістотель. Політика. Поетика. Харків: Фоліо, 2018. 160 с.
2. Баканурський А. Ф. («Федра»: Феномен фемінізму). *Аркадія*. № 3. Одеса, 2004.
3. Гадамер Г.-Г. Істина і метод. Основи філософської герменевтики. Пер. з нім. О. Мокровольського. Т. 1. Київ, 2000.
4. Мистецтво режисури. XX століття. Станіславський, Мейергольд та ін. Видавництво: Артист. Режисер. Театр, 2008. 768 с.
5. Паві П. Словник театру. Львів, 2006. 640 с.
6. Barthes R. *Elements of Semiology*. (A. Lavers, & C. Smith, Trans.). New York: Hill and Wang, 1968.
7. Bentley E. *The Life of the Drama*. New York: Atheneum, 1965.
8. Zola É. *Le naturalisme au théâtre: les théories et les exemples*. Paris, 1881. 407 p.

#### Podkovyoff N. T. S. THE NATURE OF COMMUNICATION BETWEEN THE PLAYWRIGHT AND THE DIRECTOR IN THE DIACHRONIC ASPECT

*The article examines the relationship between the playwright and the director from the stage of the birth of the theater in Ancient Greece to the 20th century. The dramatist and his role in the ancient theater is interpreted as universalistic, because he catered to the tastes and preferences of the audience, could be the organizer of the play, actor, author, producer-director at the same time. The dramatist's communication with the audience had the immanent character of a manifestation of the individual creative freedom of a tragic or comic poet, and to a large extent formed or destroyed the canon of drama.*

*The Middle Ages reduced the role of the dramatist to well-known mysterious, miraculous, and biblical stories, and the corporate-guild character ensured the director-screenwriter component of communication, so the role of the dramatist and the director actually coincided in one person. The theater of the Renaissance represents two models of communication – “author's” and “actor's” direction, when the functions of the director in the first case were carried out by the playwrights themselves, and in the second – by the leading actors of the theater, who staged the play based on their own interpretation of this or that play. Adjusting his idea according to the context of the dominant artistic direction at one time or another.*



---

*“Actor’s” direction interprets the director of the play as a certain intermediary between the playwright and the audience, “author’s” direction enables the equivalence and importance of the author and the director, who can be defined as the figure of the addressee. The realistic-naturalistic theater, which was popular in the middle of the 19th century, actually unites the playwright and the director in one figure, such generalization and theatrical naturalism in turn provoke aberrations in the viewer’s visual perception of the performance, a characteristic feature of the model of directorial activity in such a theater is that, that the director of the play does not follow the text of the play, but the author. In the context of the theater paradigm of the 20th century, the communication “playwright – director” acquired other qualitative dimensions. The idea of the director as a second, “other” author is put forward, it is connected with the need to reveal the subtexts of the new dramaturgy, the development of meanings, collage, new expressiveness. The director’s theater is not limited to the simple “transmission of messages” contained in the dramaturgical source, it fills real or potential communicative lacunae, translates the play into a performance. In the act of adapting drama from the language of literature to the language of the stage, the nature of communication between the playwright and the director also changes: from the author’s theater to the director’s theater.*

**Key words:** theater, communication, playwright, director, the director’s theater.

**Samadova U.**

The Institute of Oriental Studies named after acad. Z. M. Bunyadov  
of the Azerbaijan National Academy of Sciences

## THE IMPACT OF OLD-TYPE WESTERN LITERATURE ON OTTOMAN LITERATURE AFTER 1839

*In the article, the literary contributions of both the first-wave figures of Tanzimat (“Reorganization”) literature, including Ibrahim Shinasi, Namik Kemal, Ziya Pasha, Ahmed Midhat, and Ahmed Vefik Pasha, as well as the second-wave literary figures, such as Reshat Nuri Guntekin, Abdulhak Hamid, Samipashazade Sezai, Fatma Aliye Hanım, Nabi Zade Nazım, Muellim Naji, and others, are examined. The literary heritage, short stories, and novels of these figures have been scrutinized. Furthermore, the scholarly investigation and analysis of the direct and indirect influences of Western literature on Ottoman literature during the formation and development of Tanzimat prose, along with a systematic examination of the role of translated works from European languages, constitute a pivotal aspect of this research. The study delves into the artistic characteristics of Tanzimat period works and explores the historical process and resulting literary innovations, influences, the formation of the novel genre, and the creation of other prose genres in subsequent periods.*

*The investigation focuses on the emergence of the tradition of the novella in Tanzimat literature, the thematic similarities and stylistic resemblances between works written in the West, and the issues arising from cultural differences. The exploration of literary and journalistic prose, along with a comprehensive scholarly analysis and examination of sources, constitutes a relevant and compelling aspect of this research. In general, the shift in Turkish literature during the 19th century, its entry into a formative stage in subsequent periods, and the consequent emergence of a new literature remain highly relevant for contemporary Azerbaijani Turkology. It is noteworthy to mention that many of the original novels written during the Tanzimat period were considered “weak products” because these prose examples were partly considered as new but predominantly produced as imitations of Western writers.*

**Key words:** *Western literature, novel, journalism, simplification of language, Tanzimat.*

**Introduction.** The latter half of the 19th century marks a transformative era for Turkish literature in terms of both form and content, witnessing the emergence of entirely new literary-ideological concepts, particularly in poetry, prose, drama, and journalism. This period encapsulates a substantial shift in Turkish literature and, more broadly, in Turkish-Islamic culture. Despite the formal conclusion of the historical Tanzimat era with Sultan Abdulhamid II's ascension to the throne in 1876 and the establishment of constitutional monarchy, the ongoing reforms are recognized to extend well into the early 20th century, considering their sustained impact.

Despite its inherent limitations, the Tanzimat reforms profoundly impacted the socio-political, economic, and literary-cultural fabric of the Ottoman Empire. The introduction of European administrative institutions and Western cultural-spiritual ideas to Ottoman society, although contending with existing structures, initiated a comprehensive renewal from 1839 onward.

**Degree of problem elaboration.** During this period, Western European literary works, especially those of French writers (Lamartine, Voltaire, Racine, Fenelon, Hugo, Rousseau, Montesquieu, Chateaubriand, Molière, etc.), were translated into Turkish. Tanzimat prose formation, the advent of new prose genres, the development of a novel prose language and style, literary publicism, and newspaper genres were significantly influenced by the role of translated literature. Prior to this research, the impact of Western influences on Tanzimat prose had not been systematically investigated. Relevant information about the writers and works of this period can be found in books such as A. Abiyev's “Tanzimat period Turkish literature” [1, 2011] and E. Guliyev's “Turkish Turkish literature (XIX–XX centuries)” [2, 2003].

The first scholarly approach to Tanzimat literature in Turkey is directly associated with the literary activities of artists, reflected in the articles published in the press during this period. Ibrahim Shinasi, Namik Kemal, Reshat Nuri Akram, Ziya Pasha, and others

engaged in mutual polemics while exploring the problems that arose in the literary process of the period. In the course of this research, works by Turkish literary scholars Demir K. [3, 2014], Engun İ. [4, 1991], Karabulut M. [5, 2010], Kerman Z. [5, 2010], and others were utilized.

**Objectives and Tasks.** To achieve the outlined purpose, the following tasks were delineated and successfully executed:

To trace the transition from traditional türk divan literature grounded in Eastern poetics and mysticism to the nascent literature amid the broader context of Turkish literature in the latter half of the 19th century, and to analyze the influence of the socio-political milieu on literature.

To categorize the evolution from traditional well-versed classical prose to modern Western aesthetics and delve into the mechanisms through which modern genres such as the short story, novel, and literary journalism underwent development and formalization.

**Methods.** In the course of this research, the scientific-theoretical perspectives of modern literary criticism were considered, drawing upon the experience and results of pertinent works in world, Turkish, Azerbaijani, and Russian Turkology. The employed methods encompassed the collection and generalization of factual and material data, the historical-comparative method, and systematic analysis.

### Main section

#### The Impact on the Formation of the Novel Genre

In the realm of Turkish literature, the gradual genesis and subsequent evolution of the novel during the transition from feudalism to capitalism, the rise of the bourgeoisie, mirrored a more nuanced trajectory compared to the abrupt developments witnessed in the Western literary landscape. The novel emerged gradually as a genre influenced by historical, societal, and economic dynamics during this transitional period. The adaptation of the predominantly traditional Eastern aesthetic-based national prose to the contemporary era primarily occurred through translations and imitations of Western novels, constituting an integral part of the Western-oriented reforms of the era. Analyzing the literary works and discourses on literature and novels by Tanzimat writers from the latter half of the 19th century, such as Shamseddin Sami, Namik Kemal, Ahmed Midhat, and Rejazade Mahmud Ekrem, reveals their perception of European literature and novels as paragons of sophistication, juxtaposed with a view of existing Turkish literary examples until that point as indicative of cultural backwardness.

Up until the 1850s, discernible instances of Western-style novels were absent in the Ottoman state.

The initial novels written during this period predominantly imitated their Western counterparts. Conversely, during this epoch, it is more accurate to designate the written works as novels in the form of extended narratives that partially adhered to the requirements of the novel genre. The narrative genre, rooted in traditional Eastern aesthetics, finds its origin in tales dating back to the pre-Islamic era when the Turks first embraced Islam. Subsequently, the emergence of folk tales and morality tales can be viewed as a continuum of this tradition.

The transition to the novel did not manifest abruptly. Upon the novel's introduction to Turkish literature, it was already a recognized genre steadily progressing in Europe. Although Ottoman literature featured novels, the conceptualization substantially differed from the European novel paradigm. The tradition of adopting European-style novels in Turkish literature commenced post-1860. Turkish novels, especially serialized translations in newspapers, served as a medium to introduce Turkish readers to this new literary form [7, p. 87–123]. Following this experience, writers ventured into publishing their novels employing a similar methodology.

In the nascent years of Turkish novel creation, virtually all writers endeavored to engage in novel writing. Their perspective posited the novel as a vehicle for both entertainment and the effective dissemination of novel ideas and information. Their objective lay not in crafting works exclusively catering to the upper echelons but rather in composing novels that edify and instruct.

While the appropriation of the novel genre and techniques from the West may seem unfamiliar to writers and society, Ottoman writers did not stray from the essence of the novel in the realm of novel writing. In this domain, two writers of the period, namely Ahmed Midhat and Namik Kemal, are acknowledged as masters, for the Tanzimat novel's formation and evolution owe much to their contributions. Ahmed Midhat Efendi, with a corpus of approximately two hundred works throughout his career and around thirty novels, emerged as one of the most widely read authors of his time. The writer endeavored to impart extensive information to the public in all his works, particularly in novels, demonstrating a keen focus on artistic expression, writing techniques, and linguistic refinement [4, p. 127–130]. Similarly, Namik Kemal's objective was to cultivate a culture of enlightenment among the ignorant public, aiming to inform and educate the reader. Namik Kemal produced works of higher literary value, and in contrast to Ahmed Midhat, he achieved greater success in terms of novel technique.

His literary work “Renaissance”, considered the inaugural literary novel in Turkish prose, although bearing traces of the Turkish folk tale “The Lady with the Dagger”, foreshadowed the emergence of a new form of prose through its critical and stylistic innovations.

Namik Kemal's another novel, which he initially conceived as a two-volume work but eventually wrote as a single volume, is “Jezmi”. Thematically, the novel enthusiastically embraces the idea of Islamic unity. Namik Kemal's necessity to create a connection with the public through his editorial identity and his use of a simple and robust Turkish language base have enabled a language that opened a new era in terms of language and style. Thus, both of Kemal's novels have opened a new path in terms of language and style, differing from the path taken by Ahmed Midhat with his works. However, due to his inability to purify his language from foreign words, Kemal could only appeal to the elite in his novels.

Another writer of the period, Samipasazade Sezai, with his single novel “Adventure” (“Serguzest”) addressed the most worked topic in the post-1838 period – the theme of captivity. The writer, due to the pressure for his novel on captivity during the harsh regime of Abdulhamid II, was forced to flee to Paris [9]. Samipasazade Sezai, who ensured the separation of the story from the novel with his works, addressed the adventures of a captive girl in his novel, defending personal freedom and human rights, creating a bridge between Namik Kemal's romanticism and Halit Ziya's realism.

In his novel “The Love of the Carriage” (“Araba Sevdasi”), Recaizade Mahmut Ekrem included characters unable to digest Westernization. Written in a realistic style based on observations, the novel is similar to the work “Felatun Bey and Raki Efendi” in many aspects.

While Namik Kemal, Samipashazade Sezai, Recaizade Mahmut Ekrem, Nabizade Nazim adhered to the technique of the novel, Shemseddin Sami and Ahmed Midhat deviated from this path by using everyday language. The common goal of the novelists of this period is to create a novel form that appeals to the public. The social and cultural changes brought about by Westernization aim to assimilate and inform the public about them.

Writers of the Tanzimat literature, in terms of the language they used, addressed a part of the masses (A. Midhat, Sh. Sami), while others appealed to the upper class (N. Kemal, R. Mahmut Ekrem, S. Sezai). Some of the topics of Tanzimat literature include the consequences of Western worship, the undesirable outcomes of couples marrying without seeing each

other, and socially unacceptable immoral women. The writers of the period emphasized topics such as uplifting society, advising, and educating in their novels. Generally, in this period, when the romantic movement was adopted, we see the influence of romanticism mixed with realism in some works of Ahmed Midhat and Nabizade Nazim, as well as in the works of Samipashazade Sezai.

#### **Innovations in Journalism**

In a comprehensive sense, the predominant socio-cultural aspect of the period after 1939 was the quest for innovation and trends, aiming to modernize national literature by drawing inspiration from Western culture, but the leading idea was enlightenment. The period's enlighteners viewed science, education, and fine arts as the driving forces of historical progress, emphasizing the special importance of literature and contemporary journalism in this regard. They argued that literature not only enlightens the reader but also refines society, contributing to the resolution of social problems. Turkish enlightenment carries within itself broad universal qualities such as fostering a knowledgeable nation, advancing the country, and envisioning its rightful place, advocating for the superiority of the homeland and the freedom of the people over all personal ideals.

The political, philosophical, and aesthetic views of Turkish enlighteners found their reflection both in narrative, novels, and dramatic works, as well as in emerging journalistic genres, including literary and journalistic genres situated on the border between literature and journalism. Thus, on one hand, enlightenment ideas were aligned with romantic aesthetics, while, on the other hand, literary journalism, which became one of the most successful examples of realistic Turkish prose, emerged [2, p. 59–66].

An expert summarizing various writings published in newspapers of the period notes that initially informative genres such as news, reports, interviews emerge and develop in newspapers. Alongside these, the first analytical genres in journalism – articles and reviews – also begin to take shape. However, it is observed that the literary-publicistic genres, such as literary and philosophical essays, anecdotes, biographical sketches and portraits, memoirs and letters, travel notes, were the most frequently employed literary forms in the pages of newspapers and journals during that period.

#### **The Simplification of Language in Literature After 1839**

The issue of the language to be used in publications and works was one of the topics emphasized during the Tanzimat period. It involved eliminating

Arabic and Persian words from the language, avoiding heavy expressions, and advocating for a simple language to enlighten the public. Tanzimat writers, especially those of the first period, often used a dense language. In his work "Fatih Efendi Tazkirah", Shinasi addresses the issue of language in five articles, including the reform of the language, correction of narrative and language errors.

The simplification of language advocated by Shinasi has influenced many writers. He suggests that the understanding of expressing ideas in simple language should not only be limited to newspapers but should also continue in scientific books. Tanzimat intellectuals, led by Namiq Kamal, oppose works that discuss non-existent conceptual worlds of the past for the new literature. Kamal believes that literature should use a simple language in its written works to enlighten the people. Namiq Kamal's efforts to simplify the language were later highlighted by Nejip Fazil, who wrote a book about Namiq Kamal years later.

Analyzing the language of one of the first novels of Turkish literature, Shamseddin Sami's "The Love of Talat and Fitnat" (1872), linguists have touched upon language and style issues. Due to being the first in this genre, there are many discrepancies in terms of form, subject, and style. The novel is considered an "intermediate text" in the transition from traditional divan and folk storytelling to the modern-oriented novel. Despite similarities with old-type stories from its name to its style, the portrayal of the freedom theme, where young people are forced to marry those they do not love according to their families' wishes, shapes the novel's innovation. Agah Sirri Levend notes that the most striking feature of the work is the suitability of the style for criticism with a simple simplicity. Mustafa Nihat Ozon concludes that considering the period in which the work was written, the language of the novel is more concise than its counterparts.

Jevdet Gudret, while evaluating the novel, notes that although everyday spoken language is sometimes used in style, and despite the inclusion of foreign words, the work can generally be considered as written in a simple language. Especially in the dialogues of the characters, simple spoken language is used, and even in the dialogue of the Arab mother, a dialect is used. For example, the Arab mother expresses her opinion like this: "Ha ha, big lady, she speaks well, I want to listen to that story with enthusiasm. Very beautiful story..." In this passage, the Arab mother's Ottoman Turkish speech and mispronunciation of words are brought to the reader's attention in this way. In terms of language and worldview, the work resembles Western novels with the abundance of coinci-

dences and the frequent use of natural motifs, reminiscent of folk tales.

Shamseddin Sami used the technique of using famous place names in the novel to create a realistic style. Similar methods are observed to be used by writers of the period such as Namiq Kamal and Rəjaizadə Akram. However, when writing the novel, Shamseddin Sami also benefited from the romantic style: "Ali bey wakes up in agony. He sees that the weather is very calm, and the moon has been seventeen or eighteen days. The moonlight illuminates the room. The room has a very romantic atmosphere". The writer adds romantic tones to the characters' dialogues. The use of natural elements in explaining the psychological condition of Fitnat's father Ali bey, the ancestor of Fitnat, also creates a romantic description. When comparing the sentence structure of the novels of the period with Shamseddin Sami's sentences, a number of grammatical errors stand out. Some researchers attribute this to the writer's weakness in word reserve, while others point out that it is written closer to the pronunciation, i.e., as it is pronounced: "While looking at Hacıbaba's face with a terrifying gaze, he faints and falls".

This article sheds light on how language issues were discussed during the Tanzimat period and how writers achieved success in using a simple language.

In the given instance, the term "korkunç" (terrifying) functions as an adjective. The writer employs it concomitantly with a verb, and this linguistic choice underscores a predicament emanating from the author's inclination to transmute colloquial language into written discourse. The simplicity evident in the author's style may be construed as a deliberate endeavor to counterbalance the ornate style prevalent in classical literature. "The Love of Talat and Fitnat" represents a seminal stride in this trajectory. It is discernible that, given the age at which the literary work was composed, namely 21–22, substantial linguistic simplifications within the individual stylistic proclivities of the author were not feasible.

The genesis of language predicaments during the Tanzimat era can be ascribed to the unmitigated entrance of the prose genre into literature without undergoing a developmental phase. Concurrently, the Tanzimat period witnessed a rapid evolution in the dual discourse of linguistic simplification and nationalization. While some headway was made in the realm of linguistic simplification, the concomitant matter of linguistic nationalization remains inherently complex and unresolved. In works originating in the nascent years of the Tanzimat era, the pervasive influence of classical literature is palpable. Conversely, as we approach the subsequent "Servet-i Fünun" period,

a discernible transformation transpires, characterized by the simplification of language and the rejuvenation of stylistic conventions, particularly discernible within the novelistic corpus.

**Conclusions.** The western-oriented and modern humanitarian-oriented prose within the context of Turkish literature, endowed with a venerable and extensive historical trajectory, finds its incipience in the Tanzimat decree of 1839. This epoch marked the inaugural emergence of novel literary genres, such as short stories, novels, drama, journalism, and publicistic writing, all influenced by the contemporary (European) paradigm.

The Ottoman literary tradition, characterized by its dynamic evolution grounded in Eastern poetics and divan aesthetics from the 13th to the 18th centuries, underwent a discernible decline in the early 19th century, subsequently entering a distinct phase in the latter half of the same century. Although the luminaries of this period did not outright repudiate classical literary conventions, they contended that these conventions failed to address the burgeoning social imperatives of the time. Consequently, there was a pronounced reorientation towards Western literary influences, accompanied by a concerted effort

to revitalize Turkish prose in terms of thematic content, structural forms, and qualitative attributes, albeit within the constraints of partial linguistic and stylistic renewal.

This pivotal era saw the incorporation, for the first time, of weighty and substantive themes such as justice, religion, gender equality, unprejudiced liberty, homeland, nation, as well as the intricate socio-economic dynamics and familial vicissitudes of rural denizens into the fabric of Turkish literature. Concurrently, artists, while exhibiting fidelity to Ottoman literary traditions and religious-national values in their creative endeavors, simultaneously assumed the role of proponents for the infusion of Western scientific-technical progress and developed cultural exemplars into the national milieu. Advocating for an expanded diplomatic engagement with European states, these intellectuals sought to assimilate diverse experiential and innovative paradigms, projecting the implementation thereof within the national context. Central to their discourse were progressive ideals, notably the realization of an egalitarian principle ensuring equitable rights for individuals, sans discrimination based on religious, national, gender, sectarian, or confessional affiliations.

#### Bibliography:

1. Abıyev A.M. Tənzimat dövrü Türkiyə ədəbiyyatı. Bakı: Azərənəşr, 2011. 47 s.
2. Quliyev E.H. Türkiyə türk ədəbiyyatı (XIX-XX əsrlər). Bakı : Orxan. 2003. 122 s.
3. Demir K. Osmanlıda basının doğuşu ve gazeteler. Iğdır : Iğdır Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, 2014. № 5. S. 57–88.
4. Enginün İ. Yeni türk edebiyatı araştırmaları. İstanbul : Dergah yayınları, 1991. 670 s.
5. Karabulut M. Tanzimat dönemi Osmanlının yenileşme sürecine bir bakış. Ankara: Türk dünyası araştırmaları, 2010. № 187. S. 125–138.
6. Kerman Z. Yeni türk edebiyatı incelemeleri. Ankara : Akçağ yayın.,1998. 522 s.
7. Koç R. Tanzimat ve meşrutiyet dönemi aydınlarının türk dilinin eğitimine ve yapısına bakışları. Erzurum : A.Ü. Türkiyat AE dergisi, 2007. № 33. S. 11–24.
8. Yıldız S. Tanzimat dönemi edebiyatı. İstanbul : Nobel yayın, 2006. 258 s.

#### Самадова У. ВПЛИВ ЗАХІДНОЇ ЛІТЕРАТУРИ СТАРОГО ТИПУ НА ОСМАНСЬКУ ЛІТЕРАТУРУ ПІСЛЯ 1839 РОКУ

*У статті розглядається літературний внесок як першої хвилі літератури Танзімату («Реорганізації»), зокрема Ібрагіма Шинасі, Наміка Кемаля, Зія Паши, Ахмеда Мідхата та Ахмеда Вефіка Паши, так і літературних діячів другої хвилі, таких як Решат Нурі Гюнтекін, Абдулхак Хамід, Саміпашазаде Сезай, Фатма Аліє Ханім, Набі Заде Назім, Муеллім Наджі та інші. Досліджено літературну спадщину, оповідання, романи цих діячів. Крім того, наукове дослідження та аналіз прямого та опосередкованого впливу західної літератури на османську літературу під час становлення та розвитку прози Танзімату, разом із систематичним вивченням ролі перекладених творів з європейських мов, є ключовим аспектом цього дослідження. Дослідження заглиблюється в художні характеристики творів періоду Танзімату та досліджує історичний процес і результат літературних інновацій, впливів, формування жанру роману та створення інших прозових жанрів у наступні періоди.*

*Розслідування зосереджено на появі традиції новели в літературі Танзімату, тематичній подібності та стилістичній подібності між творами, написаними на Заході, а також питаннях, що виникають через культурні відмінності. Дослідження літературної та публіцистичної прози разом із всебічним науковим аналізом і вивченням джерел становить актуальний і переконливий аспект цього дослідження.*

Загалом зрушення в турецькій літературі протягом 19-го століття, її вступ у стадію формування в наступні періоди і, як наслідок, поява нової літератури залишаються дуже актуальними для сучасної азербайджанської тюркології. Варто зазначити, що багато оригінальних романів, написаних у період Танзимату, вважалися «слабкими продуктами», оскільки ці прозові приклади частково вважалися новими, але переважно створювалися як наслідування західних письменників.

**Ключові слова:** західна література, роман, публіцистика, спрощення мови, танзимат.

## УКРАЇНСЬКА ЛІТЕРАТУРА

УДК 82-94:94(477.62)«2022»+341.323  
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/08>

**Герасименко Н. В.**

Інститут літератури імені Т. Г. Шевченка Національної академії наук України

**Кулінська Я. І.**

Національний медичний університет імені О. О. Богомольця

### ВІЗІЯ ВІЙНИ У ДИТЯЧИХ ЩОДЕННИКАХ (НА МАТЕРІАЛІ МАРІУПОЛЬСЬКИХ ТЕКСТІВ)

*Стаття присвячена проблемі дитячих блокадних щоденників як підтипу жанру сучасного воєнного щоденника. Дослідниці опрацювали зошити із записами та відео школярів, на кадрах яких зафіксовані трагічні події, які відбувалися в окупованому Маріуполі після повномасштабного російського вторгнення 24 лютого 2022, проаналізували зміст та характер нотаток через призму вимог та характеристик щоденникового жанру, з'ясували особливості таких текстів та спосіб подання в них інформації. Зазначено, що усі загальні вимоги, як-от щоденна фіксація подій, із обов'язковим датуванням, хронологічний порядок відтворення подій, оповідь від першої особи та без заздалегідь визначеного плану композиції, гранична щирість й відвертість висловлювання у щоденниках школярів-маріупольців дотримано, тому поняття дитячого щоденника надалі можна розглядати у загальному контексті досліджень щоденникового жанру як один із його різновидів. Окрім того, науковиці звернулися і до дитячих блокадних щоденників із часів Другої Світової війни, зокрема, Анни Франк і Тані Савичевої, дослідили та провели зіставний аналіз із текстами сучасних дитячих щоденників, вирізняли спільні й відмінні жанрові риси, а також проаналізували стильову манеру неповнолітніх нараторів, які описували свій екстремальний досвід виживання під час окупаційного режиму: у такий спосіб автори зауважують про перегук двох великих воєн. Спираючись на щоденникові записи, дослідниці проартикулювали й візію війни у розумінні підлітків, їхні уявлення про її причини та наслідки. У висновках постулюється ідея, що наявні дитячі щоденники є его-текстами, прямими свідченнями, реаліями та документом російсько-української війни, а отже, можуть бути використані для обвинувальних документів проти країни-агресорки.*

**Ключові слова:** воєнний жанр, его-текст, Я-наратор, екзистенційний досвід, свідчення, документ.

**Постановка проблеми.** Російсько-українська війна послугувала катализатором багатьох процесів у вітчизняному соціумі, зокрема, оприявила наявність двох світоглядних позицій, згуртувала прихильників кожної, пришвидшила перезавантаження суспільства в цілому, засвідчила його характер та напрямки майбутнього поступу.

Не меншим катализатором війна стала і в культурі, зокрема в літературі, адже з початку російської агресії відбулося неабияке поживлення літпроцесу: по-перше, з'явилося чимало нових імен письменників і творів про війну, які тим самим активізували книговидання, а по-друге, відбулося триумфальне повернення багатьох жанрів, які останні десятиліття перебували у незаслуженому забутті, а серед них і щоденник.

Прикметно, що російсько-українська війна першого етапу (2014–2022 рр.) відбита у щоденниках із кількома модифікаціями: традиційних «Приватний щоденник. Майдан. Війна...» (2015) Марії Матіос, «Щоденник Майдану та війни» (2019) Андрія Куркова та реконструйованих щоденниках «Військовий щоденник (2014–2015)» (2019) Олександра Мамалую, «Танець смерті. Щоденник добровольця батальйону “Донбас”» (2020) Ігоря Михайлишина, «Гловайський щоденник» (2020) Романа Зіненка та ін.

Натомість рефлексії великої війни (24 лютого 2022 р. – дотепер) засвідчені здебільшого у щоденниках-хроніках – «Нотатки на полях війни» (2022) Любові Долик, «Літопис» (2022) Олександра Хоменка та ін.



Разом із тим, у щоденниковому жанрі на другому етапі російського повномасштабного вторгнення оприявнився різновид, який не був представлений протягом 2014–2022 рр. – це дитячий блокадний щоденник: на його сторінках закарбовано екстремальний досвід українських школярів перебування в окупованому ворогом місті.

Зазначимо, що попри велику кількість надрукованих щоденників, а також мережевих видань, розміщених авторами у вільному доступі в інтернеті, об'єктом наукових досліджень сучасний щоденник і зокрема сучасний військовий щоденник стає нечасто.

Літературознавчих студій, у яких би аналізувалося явище дитячого блокадного щоденника – наразі немає взагалі. Тому актуальність нашої роботи очевидна.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретико-методологічною базою нашої роботи стали концептуальні дослідження «Теорія літературних жанрів» Тетяни Бовсунівської [2], «Українська документалістика на зламі тисячоліть: специфіка, генеза, перспективи» Олександра Галича [4], «Література non-fiction: поміж фактом і фікцією» Марти Варикаши [3] та ін., ці праці здебільшого висвітлюють жанрову природу щоденника.

Окрім цього, звертаємося у роботі й до праць літературознавців, що досліджують сучасний літературний процес і зокрема явище воєнної прози, зокрема, Ніни Головченко [7], Марини Рябченко [13], Оксани Пухонської [12] та ін. Деякі аспекти цієї проблематики аналізували у попередніх дослідженнях і ми теж [6; 20].

Також для повного аналізу досліджуваного явища залучаємо і загальні літературно-критичні матеріали та інформаційні медіа-повідомлення.

Методи дослідження, використані у нашій роботі, зумовлені специфікою об'єкта вивчення. Це описовий (представлення окремих фактів, пов'язаних із теоретичними та літературно-критичними поглядами на жанрову генезу щоденника), історико-біографічний (у щоденниках зазвичай відбиті моменти із авторського життєпису), порівняльно-історичний, порівняльно-типологічний та зіставний методи (для аналізу та визначення схожих/відмінних рис сучасного дитячого блокадного щоденника та проведення порівняння зі аналогічними виданнями), а також прийоми структуралістського аналізу, елементи герменевтичного та інтертекстуального підходу (зادля виокремлення «недитячих» екзистенційних сенсів у «дитячих» щоденникових записах) та ін.

**Постановка завдання.** Мета нашого дослідження – дослідити дитячі щоденники, з'ясувати та проаналізувати жанрову специфіку цих текстів, презентувати та ввести поняття дитячого блокадного щоденника у загальний контекст досліджень щоденникового жанру.

Матеріалом дослідження є щоденники дітей-маріупольців «Наша долина смертної тіні» (2022) Альони Загреби та «Війну» (2022) 8-літнього Єгора, дітей маріупольців, а також «Щоденник Анни Франк» (2021) і «Щоденник Тані Савичевої» [14].

**Виклад основного матеріалу.** Щоденник у сучасному літературознавстві (Т. Бовсунівська, К. Танчин) здебільшого визначено як «жанровий різновид автодокументальної прози; форма оповіді, що ведеться від першої особи у вигляді щоденних записів, від вузько документальних, завдання яких – фіксація поточних справ, до таких, що наближаються до літературного висловлювання» [2].

Схоже пояснення наведено і в польських довідниках, де щоденник витлумачено як «автобіографічний літературний жанр, у якому автор описує події з власного життя» [19]. Особливості жанру польські дослідники бачать у тому, що він «представляє записані актуальні події в хронологічному порядку. Тому він не має заздалегідь визначеного плану композиції. Нотатки, що містяться в ньому, можуть мати різний характер і можуть обмежуватися простим записом фактів або мати форму розширених коментарів» [19].

У нашій роботі ми спиратимемося на ці визначення, як на найбільш точні та вмотивовані.

Щоденник «Війна», що його вів восьмирічний Єгор у блокадному Маріуполі, хронологічно охоплює перші тижні російсько-української війни. Хлопчик разом із родиною – мамою й сестрою-старшокласницею рятувалися від російських бомбардувань у підвалах. Там Єгор і нотував у шкільний зошит усі події з приватного життя своєї сім'ї або ж із життя навколо, очевидцями яких він ставав. Опис першого дня у нього порівняно позитивний, це рефлексії звичайної дитини молодшого шкільного віку, якої ще не торкнулася війна: «Я добре послав, прокинувся та посміхнувся» [1] (*переклад наш – Н.Г.*). Далі настрої та природа записів змінюється, оскільки змінюються реалії життя в окупованому місті. Так з'являються записи про поранення усієї родини: «26 – у мене рана на спині, у сестри розсічена голова, у мами видрано м'ясо на руці і дірка в носі» [1] (*переклад наш – Н.Г.*), а трохи

згодом і про смерть рідних та близьких людей: «У мене померли дідусь, бабуся Галя, дві собаки, і улюблене місто Маріуполь за весь цей час, починаючи з 24 лютого» [1] (*переклад наш – Н.Г.*).

За лаконічною манерою оповіді «Війна» Єгора нагадує ще один школярський 9-ти сторінковий щоденник часів Другої світової – Тані Савичевої. У записнику своєї старшої сестри дівчинка теж нотувала дні смерті своєї родини: «Бабуся померла 25 січня 1942-го, у 3 години дня», «Лека помер 17 березня в 5 годин ранку», «Дядько Леша 10 травня в 4 години дня», «Мама – 15 травня в 7.30 ранку», «Савичеви померли», «Залишилася одна Таня» [14].

Записи у зошиті Єгора з'являються щодня, але вони – не є однорідними: є скупі, є розширені, а є комбіновані, у яких лаконічний запис доповнено малюнком: танками й літаками, армійцями, палаючими будинками тощо. Своїх рідних та двох загиблих песиків хлопчик уявив і зобразив янголами.

Думки хлопчика – досить спонтанні й швидко перемикаються з теми на тему, як і має бути в дитини його віку, відповідно Єгор записує інформацію про перев'язку сім'ї після поранень, а поруч свої мрії про день народження з відповідною ілюстрацією – святковим тортом у родинному колі.

Разом із тим школяр ставить до ведення щоденника дуже відповідально: нотатки здійснює щодень одразу після пережитого/побаченого, тобто в теперішньому часі, інформацію подає з календарними датами, оповідь здійснено від першої особи.

Щоденник Альони Загреби «Наша долина смертної тіні» – подано у сучасному форматі: це 7-хвилинне відео, яке 15-літня школярка знімала у майже знищеному та окупованому Маріуполі після початку повномасштабного вторгнення росії. Усі зафільмовані події стосуються переважно життя родини, але є у відео і загальні епізоди з життя блокадного міста: «Коли вимкнули газ, ми спершу їли те, що було готове. А коли та їжа закінчилась, тато ходив до церкви (вона опалюється дровами), брав дрова і ми готували на вогнищах на вулиці. Цим займалась мама. А я одного разу ходила до лікарні, біля якої ми жили, по питну воду...» [8] (*переклад наш – Н.Г.*). І далі: «10 березня. Начебто ... Що було вчора? Пожежа у нашому будинку. Її загасили, але потім ще довго не було зв'язку. І дуже сильно «гупало»... Ми довго сиділи у передпокої...» [8] (*переклад наш – Н.Г.*).

Здавалося б, зафільмовані лише приватні локальні епізоди, короткі фрагменти з побуту однієї сім'ї, однак назва щоденника – алюзія на біблійний вірш: «Коли я піду хоча б навіть долиною смертної темряви, то не буду боятися злого,

бо Ти є при мені, Твоє жезло й Твій посох, вони мене втішать!» [11, с. 552] виводить школярський відеощоденник на всеукраїнський та вселюдський вимір. Метафорично, ці строфи – надія на милість Всевишнього, адже, коли під час складних випробувань втрачається віра у власні сили, залишаються лише сподівання на Його захист.

Після перегляду моторошних хронік з окупованого Маріуполя користувачі мережі одразу порівняли щоденник Альони Загреби з щоденником Анни Франк, 13-літньої школярки, яка переховувалася з родиною від нацистів в окупованих Нідерландах і так само з 12 червня 1942 по 1 серпня 1944 року нотувала своє життя на папері – історія розлогого «підпільного існування», як зазначила дослідниця Анні Ромейн-Ферсхор [16, с. 4].

Порівнюючи «Нашу долину смертної тіні» Альони Загреби і щоденник Анни Франк *Het Achterhuis* (укр. «У задньому будинку») можемо сфокусуватися на спільних рисах: це фіксація пережитих подій, аналіз зовнішнього світу та самоаналіз, зумовлений обставинами, у яких опинилися обидві юні авторки, прискорене дорослішання обох.

Перший запис у зошиті, який Анні подарували на її 13-річчя, дівчинка зробила у день свого народження 12 червня 1942, останній – 1 серпня 1944 року. Ідея ведення щоденника не випадкова – спершу приватна: внутрішня потреба дівчинки-підлітка висловити на папері усе, що є на думці, однак не на загал, хоча й має чимало родичів та друзів, а лише так як справжній подрузі, як зрозуміє й не засуджуватиме. Цю уявну подругу тобто щоденник Анна назвала Кітті й усі записи починала фразою «Люба Кітті». Тому спершу записи у щоденнику переважно вузько-приватні, здебільшого епізоди зі шкільного та родинного життя. Однак навесні 1944 року Анна, почувши по радіо виступ нідерландського міністра освіти Херріта Болкештейна, який закликав усіх громадян зберігати будь-які документи, що можуть увійти в доказову базу страждань народу під час нацистської окупації, і зокрема вирізняв серед паперів щоденник, почала нотувати ширше: окрім вузьких побутових ситуацій із потаємного життя родини у сховку дівчинка все частіше описувала епізоди із зовнішнього життя, про які чула чи спостерігала. Ось запис Анни від 19 листопада 1942 року: «Щовечора вулицями ганяють зелені й сірі військові машини. «Зелені» – тобто есесівці і «чорні» – голландська фашистська поліція, скрізь шукають євреїв. Варто їм знайти бодай одного, вони забирають усіх, хто в будинку. Вони дзвонять у кожний дім і, якщо нікого не знаходять, то йдуть у наступний...» <

Я часто бачу перед собою цю картину: натовпи хороших, ні в чому не винних людей із заплаканими дітьми, ними командують кілька мерзенних негідників, б'ють їх, мучать і женуть уперед, поки ті не падають від втоми. Не щадять нікого. Старі, малі діти, вагітні жінки, хворі, каліки... всіх, усіх женуть у цей смертний шлях!» [16, с. 39].

Так само спершу лише для себе знімає життя окупованого міста Альона Загреба, передовсім тому, що не може отямитися від нової реальності та подій, які відбуваються навколо, вона не має уявної Кітті: фільмування здійснює з власної ініціативи та душевної потреби, однак виклавши відео зі зруйнованого Маріуполя у мережу зробила реципієнтами увесь світ.

У змонтованому відеощоденнику Загреби є кадри, на яких палають багатоповерхівки, чути вибухи, крики й плач, але коментарі школярки, попри страшний відеоряд, виражені й змістовні, ніби позбавлені емоцій, тільки констатація фактів, подана у правильному хронологічному та логічному порядку, з чітким календарним датуванням. Це щира й максимально правдива оповідь з перших уст, озвучена версія пережитого досвіду – воєнних реалій окупованого міста.

Як бачимо, задокументовані події дають змогу авторам та реципієнтам не лише повернутися спогадами у пережиті екстремальні обставини, а й зауважити перегук двох страшних воєн: нинішньої російсько-української та Другої світової, хай і крізь пелену часу.

**Висновки і пропозиції.** Як бачимо, з початком російської агресії в 2014-му та з повномасштабним вторгненням 2022 року жанр щоденника став затребуваним не тільки серед дорослих, а й серед дітей. Свій авторський екзистенційний досвід, здобутий у екстремальних умовах виживання в окупованому місті, школярі виклали двобічно: традиційним чином – через записи у зошиті («Війна» Єгора) та через фільмування (відеощоденник Альони Загреби). Таким чином можемо констатувати, що традиційний щоденник з огляду на сучасні технології та інтернет теж дещо видозмінився: адже ведення блогів чи відеофіксація подій свого життя, оприлюднені в мережі, теж можна зараховувати до модифікацій сучасного щоденника [19].

У текстах чи відео дитячих щоденниках немає теоретичних міркувань про агресора, про захисників і ворогів, про хороших «своїх» і про поганих «чужих», немає і змодельованої візії війни як явища. У обидвох щоденниках лише фіксація подій вузького плану (родини) та широкого (міста), у яке увірвалася війна: це записи про жахіття війни та окупації – бомбардування, знищені домівки, переховування по підвалах, смерть рідних і ведення побуту в нових реаліях – готування їжі на вогнищі на подвір'ї, пошук дров, поховання померлих так само у дворі.

Розповіді обох школярів не мають заздалегідь визначеного плану композиції, це запис (відеофіксація) подій, які щойно відбулися, у хронологічному порядку, із вказаними датами та оповідями від «Я – наратора». Самі записи авторів щоденників чи їхні коментарі як у «Нашій долині смертної тіні» Альони Загреби – різнохарактерні: є лаконічні (просто фіксація), є ширші (опис події ширше, можливі залучення чужих думок чи характеристик), а також комбіновані (виклад події та її ілюстрація у Єгора, або ж широкий коментар у Альони).

Приголомшує тон розповіді обох нараторів – максимальна відстороненість та буденний спокій, попри те, що обоє дітей артикують про смерть, руйнування, про братські могили в підвалах і тіла убитих на вулиця – це шокує і загалом викликає моторошні відчуття – але, безперечно, є еґо-текстами, прямими свідченнями українського сьогодення, реаліями російсько-української війни.

Після завершення Другої світової дитячі щоденники, в яких неповнолітні автори описали свій досвід виживання у роки нацистського терору, стали важливими документами, що не лише викривають нацизм, а й були представлені на Нюрнберзькому процесі як обвинувачувальні проти нацистських злочинців.

Такими самими документами-свідченнями мусять стати і блокадні щоденники неповнолітніх українців «Війна» Єгора та «Наша долина смертної тіні» 15-річної Альони Загреби, в яких закарбовані та оприлюднені воєнні злочини росії проти цивільних громадян, мирного населення України.

А отже, росія як країна-окупантка так само мусить бути покарана, як і нацистсько-фашистський режим майже вісімдесят років тому.

#### Список літератури:

1. Бабчук Ю. Маріупольський фото-щоденник Євгена Сосновського. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=ETy72aS18c0&ab\\_channel=YarkoBubchik](https://www.youtube.com/watch?v=ETy72aS18c0&ab_channel=YarkoBubchik) (дата звертання: 25.02.24).
2. Бовсунівська Т. Теорія літературних жанрів. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2009. С. 438.
3. Варикаша М. Література non-fiction : поміж фактом і фікцією. *Актуальні проблеми слов'янської філології*. 2010. Вип. XXIII. Ч. 3. С. 28–39.

4. Галич О. Українська документалістика на зламі тисячоліть : специфіка, генеза, перспективи : монографія. Луганськ : Знання. 246 с.
5. Герасименко Н. Словами очевидців: Література від Євромайдану до війни. Тернопіль : Джура, 2019. 127 с.
6. Герасименко Н. Сучасна воєнна проза : жанрово-стильова типологія. *Слово і Час*. 2023. № 3. С. 35–49.
7. Головченко Н. Поезія у прозі як один із жанрових пріоритетів письменника Бориса Гуменюка. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/720467/1/%D0%93%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%D0%9D%D0%86%D0%92%D1%96%D1%80%D1%88%D1%96%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%BE%D1%8E%D0%91%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%81%D0%B0%D0%93%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%8E%D0%BA%D0%B0.pdf> (дата звертання: 26.02.24).
8. Загребя О. Наша долина смертної тіні 02.03–16.03.2022. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=eSE42-qmZlC&ab\\_channel=AlenaZagreba](https://www.youtube.com/watch?v=eSE42-qmZlC&ab_channel=AlenaZagreba) (дата звертання: 25.02.24).
9. Мухіна О. Блокадний щоденник Олени Мухіної URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D1%83%D1%85%D1%96%D0%BD%D0%B0\\_%D0%9E%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B0\\_%D0%92%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D1%80%D1%96%D0%B2%D0%BD%D0%B0](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D1%83%D1%85%D1%96%D0%BD%D0%B0_%D0%9E%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B0_%D0%92%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D1%80%D1%96%D0%B2%D0%BD%D0%B0) (дата звертання: 25.02.24).
10. Осадча Я. Померли бабуся, дві собаки та улюблене місто : у мережі опублікували щоденник 8-річного хлопчика з Маріуполя. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2022/05/4/248508/> (дата звертання: 25.02.24).
11. Псалом 23:4. *Біблія або Книги святого письма старого й нового заповіту*. [Б.м.] : Українське біблійне товариство, 1992. С. 552.
12. Пухонська О. Літературний вимір пам'яті : монографія. Київ : Академвидав, 2018. 304 с.
13. Рябенко М. Екстремальні свідчення в сучасній літературі : особливості художньо-документальних наративів полонених в Криму та на Сході України. *Nalnowsza slowianska literatura i kultura popularna*. 2019. С. 37–45.
14. Савичева Таня. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D1%87%D0%B5%D0%B2%D0%B0\\_%D0%A2%D0%B5%D1%82%D1%8F%D0%BD%D0%B0\\_%D0%9C%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B0%D1%97%D0%B2%D0%BD%D0%B0](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D1%87%D0%B5%D0%B2%D0%B0_%D0%A2%D0%B5%D1%82%D1%8F%D0%BD%D0%B0_%D0%9C%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B0%D1%97%D0%B2%D0%BD%D0%B0) (дата звертання: 25.02.24).
15. Тарнашинська Л. «Україна в огні». Війна 2022 крізь призму Довженка : 100 днів проти СТОяння. Київ : Смолоскип, 2023. 168 с.
16. Франк А. Щоденник Анни Франк. Пер. Я. Мишанича. Київ : Видавничий союз «Андронум», 2021. 184 с.
17. Щоденник. *Літературознавчий словник-довідник*. Упоряд. Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалів та ін. Київ : ВЦ «Академія», 1997. 752 с.
18. Юнгер Е. Війна як внутрішнє переживання. Київ : Стилет і стилос, 2022. 136 с.
19. Dziennik. *Kto pisze dziennik?* URL: <https://zpe.gov.pl/a/kto-pisze-dziennik/DseCn9iB1> (дата звертання 25.02.24)
20. Kulinska Y., Gerasimenko N., Koval O., Redkina O. Diary in modern Ukrainian literature : varieties of the genre. *Linguistics and Culture Review*. URL: <https://doi.org/10.21744/lingcure.v5nS4.1546> (дата звертання: 20.02.24).

#### **Gerasimenko N. V., Kulinska Ya. I. VISION OF WAR IN CHILDREN'S DIARIES (BASED ON MARIUPOL TEXTS)**

*The article is devoted to the problem of children's blockade diaries as a subtype of the modern war diary genre. The researchers processed notebooks with notes and videos of schoolchildren, which recorded the tragic events that took place in occupied Mariupol after the full-scale Russian invasion on February 24, 2022, analyzed the content and nature of the notes through the prism of the requirements and characteristics of the diary genre, found out the features of such texts and the way presenting information in them. It is noted that all general requirements, such as daily recording of events, with mandatory dating, chronological order of events reproduction, narration from the first person and without a predetermined plan of composition, extreme sincerity and frankness of expression in the diaries of Mariupol schoolchildren have been observed, therefore the concept children's diary can be considered in the general context of studies of the diary genre as one of its varieties. In addition, the scientists turned to the children's blockade diaries from the Second World War, in particular, Anne Frank and Tanya Savychева, researched and conducted a comparative analysis with the texts of modern children's diaries, distinguished common and distinctive genre features, and also analyzed the stylistic manner of juvenile narrators, who described their extreme experience of survival during the occupation regime: in this way, the authors note the echo of the two great wars. Based on the diary entries, the researchers also articulated the vision of the war in the minds of teenagers, their ideas about its causes and consequences. The conclusions postulate the idea that the available children's diaries are ego-texts, direct testimonies, realities and documents of the Russian-Ukrainian war, and therefore can be used for incriminating documents against the aggressor country.*

**Key words:** war genre, ego-text, I-narrator, existential experience, testimony, document.

УДК 811.161

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/09>**Кириленко Н. І.**

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

**Якименко В. Е.**

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

## ХУДОЖНЬО-СТИЛЬОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ЛІТЕРАТУРНОГО ПРОЦЕСУ 70–80-Х РОКІВ ХХ СТОЛІТТЯ

*У статті ми актуалізували місце сіддесятників та вісімдесятників у системі українського літературного процесу, з'ясували їх неоднозначність, що зумовлює появу нових літературознавчих досліджень на раніше вивченому науковому матеріалі. Дискусійність визначення сіддесятників та вісімдесятників як групи чи напрямку, багатоаспектність творчої діяльності митців створюють передумови для нових спроб різнорівневих досліджень, зокрема в аспекті вивчення творчості окремих особистостей. У своїй статті ми подаємо систему ознак, які об'єднують авторські тексти та виокремлюють їх у системі українського літературного процесу.*

*Творчість сіддесятників репрезентує новий етап українського літературного процесу, який характеризується синтезом традицій попередніх поколінь і новаторством європейських культурних ідей. Особливості художньої творчості сіддесятників реалізуються на різних рівнях. Зазначені у статті суспільно-історичні умови сформували систему актуальних ознак художніх творів 70-х років, серед яких виокремлено психологічність, іронічність, документальність, фольклорно-міфологічну поетику тощо.*

*На основі теоретико-методологічного аналізу творчого методу 80-х років у статті визначено особливості диференціації художніх текстів авторів 80-х років на рівні новітніх ідей, поетичних особливостей, часткового заперечення традиційного у творах літератури. Прозові твори 80-х років складають окреме поле художньої дійсності на рівні жанру химерного роману. Основні модулі творчості представників досліджуваного нами періоду свідчать про репрезентацію в літературі якісно нового способу ідейно-естетичного осмислення дійсності.*

**Ключові слова:** літературний процес, стиль, тенденції, напрям, текст.

**Постановка проблеми.** Літературний процес 70–80-х років ХХ століття характеризується різноманітністю відтворення дійсності. Художні тексти цього періоду поєднують риси неонародництва, модернізму, соціалістичного реалізму та постмодернізму. Письменники стали більше уваги приділяти питанням національного буття. Такий інтерес викликаний соціально-історичними чинниками (переслідування митців, цензурні заборони, диктатура соцреалізму, обмеження тематичного та ідейного діапазону творів). Підкреслимо, що письменництво кожного десятиліття розвивалася під впливом певних історичних факторів (відлига, застій). Поглиблене використання резервів національної культурної традиції, особливостей національного менталітету, орієнтація на створення самобутніх творів про українців – така специфіка художніх творів стала визначальною для збереження української ідентичності в літературі означеного періоду.

Для літературного процесу 1970–1980-х років характерні метафоричність, алегоричність зображення дійсності, заглиблення в психологію головного героя, образно-символічний зміст творів. Фокус уваги зміщується із сюжету на підтекст, у якому зашифровано ключовий проблемно-тематичний блок. Письменники зверталися до інакомовлення, щоб уникнути політичних переслідувань і донести власні думки до народу.

**Аналіз актуальних досліджень і публікацій.** Літературний процес 70–80-х років ХХ століття досліджували провідні літературознавці: Ю. Вівташ, В. Дончик, М. Жулинський, Н. Зборовська, М. Ільницький, Н. Лебединцева, В. Моренець, Л. Тарнашинська, Р. Харчук. Об'єктом дослідження цих учених є: жанрова специфіка та модифікація прози, міфопоетичний і фольклорний контекст творів, їх художньо-виражальні особливості. Проте кожен із дослідників вивчав окремі аспекти творчості сіддесятників і вісімдесятників.

Актуальність нашої розвідки полягає у відсутності в сучасній літературно-критичній думці загальнонаукового аналізу художньо-стильових тенденцій літературного процесу 70–80-х років ХХ століття.

**Постановка завдання.** Мета статті – простежити художньо-стильові особливості українського літературного процесу 70–80-х років ХХ століття.

**Виклад основного матеріалу.** Літературний процес ХХ століття характеризується підвищенням рівня взаємозв'язку соціального та естетичного. Неоднозначність суспільно-історичних умов зумовлює складність функціонування художньої творчості на певному етапі. 70-ті роки ХХ століття – це час «застою», який характеризується посиленням цензури, активізацією обмежень свободи письма та вираження думок, які формують відповідний напрямок творчості авторів, тематику та проблеми художнього тексту, існування української літератури в характерних для шістдесятництва ідейно-естетичних умовах

У сучасній літературознавчій науці досі тривають активні дискусії щодо доцільності виокремлення літератури 70-х років як окремого явища. Одні науковці вважають їх послідовниками творчого методу шістдесятництва, називаючи постшістдесятниками, а інші розглядають їх як окрему групу авторів із іншим типом художнього освоєння дійсності, у цьому аспекті функціонує поняття «сімдесятництво». Шанувальники антології І. Андрусяка «Поети витісненого покоління» оперують поняттям «витіснене покоління» [див. 1]. Ураховуючи всі наукові позиції літературознавства щодо визначення покоління письменників 70-х років, вважаємо за доцільне виділити їх як окрему літературну генерацію, яка може орієнтуватися на здобутки своїх попередників (шістдесятників) і водночас виробляти власний ідейно-художній стиль текстів.

У цьому зв'язку актуальним є визначення Ю. Вівташа: «Сімдесятники – усталена умовна назва покоління, яке вступило в життя наприкінці 60-х років ХХ сторіччя, і чие свідоме існування, діяльність, творчість впродовж подальших двадцяти років тривала в період гнилої повзучої стагнації та фальшу – так званого «застою» [2]. Авторів цього періоду не слід зараховувати до постшістдесятників, оскільки вони фактично не були представниками шістдесятників, а формували власний формально-естетичний напрям. Водночас, незважаючи на активну публікацію текстів у 80-х роках, ми не можемо віднести їх до вісімдесятих років, що зумовлено часом написання самих творів (70-ті роки).

В українській літературі творчість сімдесятників репрезентована не так яскраво, як шістдесятники, але вони є важливим етапом літературного процесу, невід'ємною складовою художньо-ідеологічної системи заперечення соціалістичного реалізму. Водночас включення того чи іншого автора до зазначеної групи є не менш дискусійним питанням. Представники сімдесятництва – Г. Чубай, О. Лишега, М. Рябчук (поезія); Ю. Винничук, В. Яворський (проза). До сімдесятників належать і художні тексти поетів київської школи поезії.

Особливості художньої творчості сімдесятників реалізуються на різних рівнях. У цьому аспекті ми погоджуємося з думкою І. Андрусяка, що їхня «творчість безпосередньо кореспондує з панівною європейською поетичною традицією Аполлінера, Еліота, Сен-Джона Перса...» [див.: 1]. Автори творили нову поетику українського письменства, а не копіювали естетизм шістдесятництва (із елементами оптимізму, космізму, національного відродження, сподівань на соціальне реформування).

«На відміну від попередників – «шістдесятників»... «сімдесятників» відзначала тверезість бачення процесів та стоїцизм, самозосередженість – відсутність ілюзій, самозаглиблення, релігійні шукання та такі ж мотиви в творчості, «екзистенціалізм» та тяжіння до найсучасніших художніх форм, відкритість до трагізму» [2].

Тогочасні суспільно-історичні умови спричинили внутрішню еміграцію сімдесятників, їх відсторонення від політичного життя, внаслідок чого спостерігаємо філософське заглиблення у власну свідомість. Водночас дослідники, аналізуючи ці фактори, заперечують необхідність прямого перенесення їх на розвиток літератури. Соціокультурні умови зумовлюють характер тематики художніх творів (тексти на історичну тематику поступово витісняються воєнними), жанрову специфіку (виникнення фольклорно-міфологічного жанрового різновиду), модернізацію жанрово-родового плану (перехід від документалістики до публіцистичних творів). Крім того, художній текст того часу був важливим джерелом аналізу соціальних проблем.

Зазначені риси зумовили відповідний характер літератури 70-х років, зокрема прози: активізація документальних прийомів, посилення іронії як сюжетної складової, психологічність та інтелектуальність оповіді, синтез історії та сучасності на рівні структури твору фольклористичний і міфопоетичний характер традиції. Прикметною рисою прозових текстів є посилення ліризму, зокрема це позначилося на функціонуванні оповіді з різними типами авторської при-

сутності (ліричним, психологічним, іронічним, змішаним) тощо. Ліризм визначив модифікації, наявні в художніх творах, на рівні поглиблення аналітичності, поєднання різних масштабів охоплення об'єктивної та суб'єктивної дійсності, діалектики загального та конкретного, активізації різноманітних стильових напрямів і течій.

Крім того, пріоритетним є заглиблення у свідомість героя, що не заперечує масштабності висвітлення соціальних проблем. Водночас автори-сімдесятники продовжують упровадження психологізму та інтелектуальності, характерних для творів шістдесятників. Серед ключових відмінних ознак прозових текстів також точність зображення, правдоподібність, водночас однобічність, вузькість авторського бачення.

Незважаючи на відрив сімдесятників від попередніх поколінь, використання ними елементів традиції сформувало особливу ідейно-стилістичну систему на рівні художнього тексту. Зокрема, це виявилось на жанровому рівні: актуальними жанрами стали роман у новелах, роман-балада, роман-дилогія з сільського життя. Усі вони є вдалим поєднанням письменниками зразків історії та сучасності.

Досконалість художньої форми творів сімдесятників виявилася й на стильовому рівні, який характеризується глибиною зображення, правдивістю, міфологічністю, індивідуальністю мовного оформлення тощо.

Зважаючи на активізацію елементів документалістики в літературних творах 70-х років, актуалізуються такі документальні жанри, як біографічні романи, белетризовані біографії, романи-есе, романи на воєнну тематику тощо. Документальність у текстах цього періоду сприяла поглибленню точності відображення дійсності, урівноважувала ліризм та іронічність правди, підкреслювала сюжетно-композиційну будову твору.

Отже, складність і суперечливість виділення сімдесятників як окремого покоління породжує неоднозначність у трактуванні їхньої творчості, зокрема, прози. Попри орієнтацію авторів на традицію та індивідуальні художні зразки попередників, їхні твори вирізняються умовами побутування періоду «застою» та відповідним характером сприйняття, переосмислення дійсності. Психологічне й документальне зображення світу поєднуються в художніх текстах сімдесятників і виділяють їх серед авторів другої половини ХХ ст. Незважаючи на виявлені дослідниками окремі зауваження та недоліки, ми вважаємо творчість сімдесятників важливим етапом у розвитку українського літературного процесу та становленні сучасної національної літератури.

Для української літератури другої половини ХХ століття характерна неоднозначність стильового та формозмістового плану художніх текстів. Синтез традицій і новаторства, широта тематики і проблематики, поєднання контрастних мотивів формують нову якість письма.

На відміну від попереднього покоління сімдесятників, автори 80-х років репрезентували свою творчість ширше, що зумовлювалося суспільно-політичними умовами періоду перебудови, послабленням тиску на соціально-культурний фонд української нації.

Інтенсивність соціокультурних змін зумовила активний процес взаємодії української літератури зі світовими традиціями, сучасними тенденціями розвитку європейської літератури. Унаслідок цього творчість 80-х років відрізняє від попередніх поколінь новітні ідеї, поетичні риси, активний пошук нових словоформ, часткове заперечення традиційного (повсякденного) в літературі.

У сучасній літературознавчій науці вісімдесятників визначають як «покоління поетів, прозаїків, критиків, перекладачів, які дебютували у 80-х роках ХХ ст., привнісши в українську літературу якісно нові ознаки» [3]. Активізація літературної творчості у 1980-х роках зумовила поділ сучасними дослідниками вісімдесятників на окремі групи.

«У 1-й половині 80-х рр. на сторінках періодики (зокрема, «Літературної України») точилася жвава й часто безкомпромісна дискусія про дві течії вісімдесятництва: «метафоризм» (В. Герасим'юк, Ю. Буряк, І. Римарук, І. Малкович, Ю. Андрухович та ін.) та «сповідальництво» (П. Гірник, В. Герасим'юк, С. Чернілевський, М. Тимчак та ін.)» [3]. В. Єшкілев класифікував вісімдесятників на традиціоналістів, модерністів і постмодерністів. Інші дослідники зводять типологію до понять перших і молодших вісімдесятників. Неоднозначність систематизації покоління авторів 1980-х зумовлена складністю визначення належності окремих представників до цієї групи чи до пізніх сімдесятих, художньо-стильовими особливостями епохи, широтою інтерпретаційного поля, специфікою творчості письменників, що, відповідно, передбачає орієнтацію на окремі традиційні моделі та їх поєднання з новітніми європейськими традиціями.

Диференційні ознаки творчості вісімдесятників розкриваються на різних рівнях і охоплюють поетичні та прозові тексти. Від постмодерністських авторів їх відрізняє орієнтація на зразки європейської культури. У зв'язку з цим у творчості письменників часто виявляються риси неомодерністського простору.

Нова творча енергія, накопичена письменниками в період «застою», дала поштовх до формування системи нових засобів відображення дійсності, побудови структури художнього тексту і, відповідно, функціонування сюжетно-композиційних зв'язків.

Проза 80-х років набуває нового змісту, на першому плані переважають соціокультурні проблеми, художньо об'єднані традиційно-новаторським осмисленням дійсності. Інтертекстуальність є домінуючим засобом зображення об'єктно-суб'єктного простору. На відміну від нарративного символізму, вона формує не лише естетично привабливу форму тексту, а й наповнює його багатшаровістю художнього зображення.

Криза суспільної свідомості, поезія дисидентів, поступова репрезентація творчості постшістдесятників усебічно представлені у творчості вісімдесятників. Активізація зв'язків із діаспорою, зокрема Нью-Йоркською групою, сформувала нову картину літературного процесу 80-х років. В українському еміграційному середовищі діяльність Нью-Йоркської групи характеризувалася відмовою від традиційних форм поезики, усталеної життєвої філософії, політичних ідей минулих поколінь, простого зображення реалій; уведення складної асоціативності, різних рівнів абстракції, ірраціонального потоку свідомості, зашифрованості образів, мовлення, що відображає внутрішні психологічні імпульси.

У художніх творах автори продовжили ідею відмови від спекуляції соціальною складовою, зокрема її трактування в традиціях соцреалістичної догматики. Пріоритетом є не безпосереднє соціальне становище особистості героя, а модифікація його психологічного стану залежно від умов суспільства.

Особлива увага до формотворчості текстів у вісімдесятих є свідченням домінування естетичного аспекту, побудови мовлення не відповідно до прагматичних уявлень, а індивідуального відчуття автора на рівні психомотивності.

Представники літератури 80-х років активно продовжували художньо осмислювати проблему національної історії: вони виробляли нове розуміння історії як безперервного процесу становлення ментально-психологічної сфери народу. У творах усіх жанрів цього періоду герой прямо чи опосередковано намагається осмислити свою національну та особисту ідентичність. У зв'язку з цим ідея автентичності проявляється не лише на рівні тем і конфліктів, а й художнього мовлення в цілому.

Із другої половини 70-х років химерна проза стає популярним явищем в українському літературному процесі. Орієнтуючись на умовно-алегоричні

концепції, такі твори опосередковано втілюють основні аспекти авторського зображення суспільних реалій крізь призму психологічного зрушення героя. Художні тексти зазначеного жанру репрезентували різні форми психологічного аналізу, розуміння яких ускладнювалося функціонуванням різноманітних архетипів, умовно-символічних прийомів. Когнітивно-емотивний аспект посилює інтелектуальність художньої думки, актуалізує вивчення читачем філософських категорій буття.

Зображення на рівні свідомості авторського «Я», особистості героя у співвідношенні зі світосприйняттям реципієнта призвело до побудови складної системи суб'єкт-об'єктної оповіді, головний акцент якої постійно змінюється та переміщується.

У прозовій творчості вісімдесятників після 1986 року центральною проблемою стали події Чорнобильської трагедії. При цьому вони зображуються не лише на рівні безпосереднього відтворення біологічного, медичного та психологічного впливу на особистість персонажа. Ця подія стала орієнтиром для зрушень в українській національній свідомості в напрямку здобуття незалежності. У зв'язку з цим розуміння Чорнобильської катастрофи набуло більш глобального характеру й відобразилося не лише на рівні колективної свідомості, а й в аспекті психоаналізу особистості як частини системи.

Мистецька діяльність вісімдесятників не обмежувалася суто літературним процесом. У творчості окремих представників простежимо зв'язок елементів літературної преси, кіно, телебачення, суспільних процесів демократизації на культурно-духовному рівні нації. У центрі проблемно-тематичного поля текстів авторів 80-х років було питання відновлення статусу української мови та культури, репрезентація національної пам'яті, вираження екологічних настроїв.

Тому творчість вісімдесятників посідає одне з центральних місць у літературному процесі другої половини ХХ століття. Спираючись на мистецькі здобутки попередників, ключові тенденції часу, домінуючі світові літературні традиції, автори зуміли сформулювати якісно новий спосіб ідейно-естетичного осмислення дійсності, який передбачав інтелектуальну психологію, національне маркування та особистісну орієнтацію крізь призму суспільних умовностей. Прозові твори 80-х років складають окреме поле художньої дійсності на рівні жанру химерного роману. Соціальні явища входять до проблемно-тематичного плану таких творів, але їх актуальність змальовується на прикладі індивідуальної долі героя, його неконкретної особистості.



Ми узагальнили особливості українського літературного процесу 70–80-х років ХХ ст., зокрема виділили основні художньо-стильові тенденції текстів. На основі аналізу ідейно-естетичного плану та форми змістових складових художніх творів означеної доби виокремили пріоритетні закономірності розвитку українського письменства, зокрема заперечення соцреалістичних канонів, психологізму, інтелектуальності та ін.

**Висновки і перспективи подальших наукових розвідок.** Отже, література 70–80-х років ХХ століття характеризується заглибленням у національне буття українців, широким використанням фольклору та багатства народної мови, алегоричним зображенням дійсності, увагою до внутріш-

нього стану героя, психологізацією та ліризацією зображуваного, декодуванням провідних тем і проблем у підтекст твору, посиленою увагою до символів, деталей, повноцінне потрактування яких можливе за умови ґрунтовного та глибинного аналізу всіх рівнів твору. Проза та поезія цього періоду розраховані на інтелектуального читача.

Стаття не вичерпує проблеми художньо-стильових тенденцій українського літературного процесу 70–80-х років ХХ століття. До перспективних напрямів наукових розробок належить жанрова парадигма, різноманітність стильових конгломератів, особливості образотворення, поетика мови текстів, вплив письменників цього періоду на розвиток сучасної української літератури.

#### Список літератури:

1. Андрусак І. Поети «витісненого покоління». Харків : видавництво «Ранок», 2009. 256 с.
2. Вівташ Ю. «Сімдесятники» – «подорожні в ночі» і партизани свободи. *Українська літературна газета*. 25.12.2017. URL: <https://litgazeta.com.ua/articles/simdesyatnyky-podorozhni-v-nochi-i-partyzany-svobody>
3. Енциклопедія сучасної України. Вісімдесятники. URL: <https://esu.com.ua/article-34738>
4. Літературна ситуація 80-х років. URL: <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/posibnuku/190/27.pdf>

#### Kirilenko N. I., Jakimenko V. E. ARTISTIC AND STYLE TENDENCIES OF THE LITERARY PROCESS OF THE 70–80S OF THE 20TH CENTURY

*In the article, we updated the place of the seventies and eighties in the system of the Ukrainian literary process, clarified their ambiguity, which causes the emergence of new literary studies based on previously studied scientific material. The controversial definition of the seventies and eighties as a group or direction, the multifaceted creative activity of artists create prerequisites for new attempts at different levels of research, in particular in the aspect of studying the creativity of individual personalities. In our article, we present a system of features that unite the author's texts and distinguish them in the system of the Ukrainian literary process.*

*The work of the seventies represents a new stage of the Ukrainian literary process, which is characterized by a synthesis of the traditions of previous generations and the innovation of European cultural ideas. The features of the seventies artistic creativity are realized at different levels. The socio-historical conditions specified in the article formed a system of relevant features of artistic works of the 70s, among which psychological, ironic, documentary, folklore poetics, etc. are singled out.*

*Based on the theoretical and methodological analysis of the creative method of the 1980s, the article identifies the features of the differentiation of the artistic texts of the authors of the 1980s at the level of the latest ideas, poetic features, partial denial of the traditional in works of literature. Prose works of the 80s constitute a separate field of artistic reality at the level of the genre of the whimsical novel. The main modules of creativity of the representatives of the period under study testify to the representation in literature of a qualitatively new way of ideological and aesthetic understanding of reality.*

**Key words:** literary process, style, trends, direction, text.

**Ленська С. В.**

Полтавський національний педагогічний університет  
імені В. Г. Короленка

## КОНЦЕПТ «СМЕРТЬ» У РАННІЙ НОВЕЛІСТИЦІ Б. АНТОНЕНКА-ДАВИДОВИЧА

*У статті розглянуто художнє функціонування концепту «смерть» на матеріалі збірки малої прози Б. Антоненка-Давидовича «Синя Волошка» (1930). З'ясовано, що рання новелістика письменника заснована на реальних подіях і має автобіографічний характер. Досліджено багатозначність семантики концепту «смерть» у малій прозі 1920-х років.*

*Проаналізовано смислове й функціональне наповнення концепту «смерть» в оповіданні «Синя Волошка», що дало пізніше назву збірці малої прози. В образі головної героїні Сані висвітлено мотив жертвності заради порятунку товаришів по політичній боротьбі. Виконавши завдання, дівчина не змогла піти на внутрішній компроміс і вчинила самогубство. Таким чином, концепт «смерть» асоціюється з самопожертвою. В оповіданні «Шкапа» з'ясовано, що концепт «смерть» має подвійну семантику: з одного боку, відображує екзистенційну трагедію Першої світової війни, а з іншого – призводить до пробудження в українцях національної самосвідомості. Зазначено, що у новелах «Два пуди жита» і «Пиріжки, пиріжки...» концепт «смерть» репрезентує авторське засудження антигуманного світу пореволюційної доби, зокрема голоду 1921 року. У новелі «Два пуди жита» реалістично змальована загибель від голоду подружжя селян, які несли мішок із рятівним збіжжям для голодних дітей, але померли дорогою. Тобто концепт «смерть» набуває глибоко психологічного виміру. Проаналізовано, що у новелі «Пиріжки, пиріжки...» концепт «смерть» виражає безмір горя батька, який втратив єдиного сина через хворобу. Заради порятунку сина він продав єдину цінність і розраду – скрипку, але врятувати хлопця не вдалося.*

*Отже, доведено, що концепт «смерть» у ранній новелістиці Б. Антоненка-Давидовича тісно пов'язаний з іншими (родини, війни, страждання, втрати). Трагедії, розкриті у малій прозі, справляють руйнівний вплив на людину. Сюжети творів засновані на особистих враженнях автора і виявляють його письменницький талант уже в ранній період. Концепт «смерть» знайшов продовження у подальшій творчості Б. Антоненка-Давидовича.*

**Ключові слова:** концепт, екзистенційні проблеми, автобіографізм, новела, оповідання, смерть, реалізм.

**Поставлення проблеми.** Концептосфера української новелістики доби «розстріляного відродження» досі залишається недостатньо дослідженою. Сучасне літературознавство значно просунулося в осмисленні творчих здобутків окремих діячів покоління українського відродження, як-от М. Хвильового, В. Підмогильного, Г. Косинки та інших, частково створена персоналізована картина тієї доби, проте творчий доробок Б. Антоненка-Давидовича залишився на периферії аналітичних студій науковців.

Постать Б. Антоненка-Давидовича в літературному процесі ХХ століття – одна з найтрагічніших у когорті «розстріляного відродження». Видатний мовознавець, перекладач, письменник, він був членом літературної організації «Ланка»–МАРС, в яку також уходили В. Підмогильний, Г. Косинка, Є. Плужник, Д. Фальківський,

Т. Осьмачка, Б. Тенета, І. Багрянний, Г. Брасюк, Марія Галич. Засуджені за сфабрикованими владою обвинуваченнями «ланківці» були репресовані і майже всі загинули. Вціліти вдалося лише тим, хто відійшов від літературно-мистецького життя (Марія Галич) або опинився за межами СРСР (І. Багрянний, Т. Осьмачка).

У творчості Б. Антоненка-Давидовича відчутно виділяються два періоди: перший охоплює 1923–1933 роки, у цей час з'явилися перші новели у часописах «Нова громада», «Глобус», «Життя й революція», пізніше об'єднані у збірки «Запо-рошені силуети» (1925), згодом вийшли друком збірки «Синя Волошка» (1930), «Шкапа» (1930), «Печатка» (1930), «Паротяг ч. 273» (1933), повісті «Тук-тук» (1925), «Смерть» (1927), «Справжній чоловік» (1929), «мисливська поема» «Іван Семенович Пальоха» (1933), роман «Нашадки

прадідів» (1926), що відкривав задуману трилогію «Січ-мати», створені нариси «Землю українською» (1930), драматичний твір «Лицарі абсурду» (1926). Другий період відбувся після понад двадцятирічних поневірянь письменника таборами ГУЛАГу та життя у засланні. Хронологічно він припадає на 1957–1984 роки. У цей час Б. Антоненко-Давидович пише збірку «Сибірські новели» (1989), низку оповідань, мемуари, публіцистику, мовознавчі дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Початок творчої рецепції творів Б. Антоненка-Давидовича розпочинається у добу «розстріляного відродження». Рецензії та критичні статті про нього писали як представники академічної науки (О. Білецький, М. Зеров), так і низка ідеологічно заангажованих діячів (С. Щупак, Б. Коваленко та інші). Від арешту 1935 року і практично до початку 1990-х років творча особистість Б. Антоненка-Давидовича не вивчалася. Глибоке фахове осмислення набутку письменника відбулося в останні три десятиліття. Вагомий внесок у цю справу здійснили О. Хамедова, В. Дмитренко, Н. Колошук, Л. Бойко, О. Хмель, Л. Кимак та ін. На сьогодні єдиним найбільш системним дослідженням творчості письменника є кандидатська дисертація Ольги Хамедової, а потім видана нею монографія «Feci, quod potui...» (2009) [9; 10]. Однак концептосфера ранньої новелістики митця у цій праці майже не розглядається.

Зрілий період творчості письменника, зокрема антитоталітарне спрямування «Сибірських новел» привернуло увагу науковців (В. Дмитренко, Л. Кимака [4], П. Михеда, С. Жигун, О. Хмель [11] та ін.), а з раннього періоду найбільш відрефлексованою є повість «Смерть» (студії В. Дмитренко, С. Жигун, К. Протопопової, Т. Грачової, О. Ткаченко та ін.).

Біографічні відомості про митця відновлені та науково відрефлексовані у працях діаспори, зокрема у двотомнику Г. Костюка «Зустрічі і прощання», Л. Бойка «З когорти одержимих», літературному портреті Д. Чуба [5; 2; 12]. Окремі сторінки творчого шляху письменника проаналізовані у дисертації В. Дмитренко [3]. Проте рання новелістика митця досі залишається поза увагою філологів, що й зумовлює актуальність нашої роботи.

**Постановка завдання.** Мета пропонованої студії – дослідити полісемантичність та особливості функціонування концепта «смерть» на матеріалі ранньої збірки оповідань і новел Б. Антоненка-Давидовича «Синя Волошка».

**Виклад основного матеріалу.** Поняття концепту остаточно не вирішене у філологічній науці. Маємо низку визначень, сформульованих у сучасних лінгвістичних та літературознавчих студіях. У своїй розвідці ми спираємося на дефініцію, подану у «Літературознавчій енциклопедії» Ю. Коваліва: «Концепт – формулювання, розумний образ, загальна думка, поняття, що домінують у художньому творі чи літературознавчій статті» [6, с. 521]. Як слушно зазначає Н. Романишин, у літературознавстві концепт тлумачиться «як смисловий згусток, що містить загальну ідею про явища певного порядку в розумінні певної епохи й етимологічні моменти», які «виявляють процес перетворення окремих художніх образів та мотивів в єдину картину світу» [7, с. 206]. Близьке до цього тлумачення поняття концепту в культурології, де до власне художньої образності як основи творення тексту додаються історичні, психологічні, етнонаціональні елементи тощо. Поділяємо думку Л. Суворової, що поняття концепту активно застосовується в лінгвокогнітології, психолінгвістиці та культурології [8, с. 5]. Дослідниця розглядає функціонування концепту в системній єдності «слово – значення – концепт – ідіосфера – концептосфера» [8, с. 5]. При цьому важливими стають асоціативні зв'язки, які здатні виражати узагальнений людський досвід.

У мемуарах «Зустрічі і прощання» Г. Костюк схарактеризував Б. Антоненка-Давидовича як письменника, який «акцентував увагу читача на суспільно й національно актуальних, хвилюючих проблемах нашого часу» [5, с. 423]. Тому не дивно, що сюжетно-тематичні пошуки були значною мірою обумовлені власним досвідом автора. Автобіографічні елементи в його творах відмічають усі дослідники. Молоді роки Б. Антоненка-Давидовича припали на бурхливі події Першої світової війни, він був свідком створення, а потім поразки УНР, утвердження влади більшовиків, сам на короткий час вступав до їхніх лав, але потім вийшов із комуністичної партії через принципову незгоду з її політикою щодо національного питання. Глибоке розчарування у постреволуційній дійсності обумовило песимістичні настрої та домінування концепту «смерть» в його малій прозі.

Оповідання «Синя Волошка» (в окремих джерелах жанр визначено як повість) було написано 1924 року, пізніше воно дало назву збірці малої прози. Головна героїня – підпільниця Саня, «таке наївне, хороше дівча» [1, с. 4], вісімнадцятирічна юнка, яка розпочала навчання на фельдшерських

курсах, але припинила через участь у політичній боротьбі. Нижче ставлення оповідача до Синьої Волошки марковане у середньому роді прикметників, що увиразнюють зменшено-пестливу лексему «дівча». У такий спосіб на лексичному рівні відтворено психологічний стан оповідача, а шестикратний рефрен «наївне, хороше дівча» створює сумну атмосферу втраченої чистоти і краси. Ця характеристика наратора, «товариша Василя», відбиває його тугу за героїчними днями боротьби і жаль за втраченим молодим життям.

Головну героїню твору наратор характеризує ще одним рефреном – «мій сполоханий ранком дитячий сон» [1, с. 18]. Юність героїні, її зовнішня краса (каштанові розкішні коси, сині очі), внутрішня чистота, юнацький максималізм (дискусії з Павлом Пащенко) – усе це створює тендітний і ніжний образ юної революціонерки. Буремні дні визвольних змагань, бої, підпільна діяльність – події, описані в оповіданні, зараз не мають тієї актуальності для читача, як на початку 1920-х. Але непроминальним моментом стає подвиг, самопожертва юної підпільниці: задля порятунку товаришів вона мусила викрасти важливі папери у ротмістра Воронова, а для цього погодилася на інтимне побачення з ворогом. Синя Волошка виконала завдання, дістала документи, але тієї ж ночі отруїлась. Таким чином, перед читачем розгортається логічний ланцюжок: «завдання – самопожертва з ідейних міркувань – неможливість внутрішнього компромісу – смерть». Отже, у цьому творі концепт «смерть» тлумачиться як свідоме самопожертва заради порятунку інших.

Екзистенційний складник «Синьої Волошки» полягає в тому, що Саня не мала вибору: будучи моральною максималісткою, вона поставила інтереси товаришів вище за власне життя і офірувала собою задля порятунку арештованих товаришів. Василь, від імені якого розгортається оповідь, не зізнається в коханні до дівчини, але по тому, що після її смерті він втрачає радість життя, працює механічно, його свідомість фокусується лише на мотивах туги, втрати, суму, осені, згасання, ми розуміємо, що чоловік любив головну героїню. Першоособова наративна структура, романтичні мотиви згасання, ночі, суму, втрати, привабливі зовнішній і внутрішній портрети Синьої Волошки демонструють неоромантичні елементи у загалом реалістичній поезії оповідання.

Помітне місце в ранній новелістиці Б. Антоненка-Давидовича посідає тема Першої світової війни. Основні мотиви її реалізації – страждання, загибель, каліцтво, безнадія. В оповіданні

«Шкапа» гомодієгетичний наратор описує епізод загибелі старої коняки місцевого мешканця-русина, якого австрійці змусили допомагати перевозити гармати. Під час бою нещасна тварина зазнала поранення і прийшла помирати до шанців. Письменник натуралістично достовірно описує муки, в яких повільно конала конячина: «Виснажена і безсила, вона давно вже лежала на застеленій соломі. Десь серед прозорого місячного серпанку вже витала її смерть. І шкапа розуміла це. <...> Простягнувши до нас голову і наче благаючи не покидати її, шкапа тихо й хрипко заіржала. На мить під хворим промінням місяця блиснули її розпучливі перелякані очі, потім вона безсило впала...» [1, с. 39].

Письменникові важливо було продемонструвати не саму загибель нещасного створіння під час бойових дій, а показати ставлення людей до смерті конячини: десятки солдатів, які до війни були простими селянами, гірко плакали, споглядаючи труп тварини. Вона символізувала для них втрачене дитинство, рідну домівку, мирну працю. Тому вони рішуче припинили спробу поручника Королькова вдарити чоботом уже мертве тіло. У цей момент гуманне ество солдат-українців протиставлене тупій жорстокості російського офіцера: «Але на відповідь йому мовчки з ненавистю і презирством дивилось просто в вічі дві сотні солдатських очей. Гнів землі, стогони й прокляття багатьох поколінь рабів, кріпаків й наймитів мигнули зірницею в тому погляді й напружились. Було щось дике й жорстоке в тій згущеній мовчанці багатьох людей» [1, с. 40]. І ця мить стала визначальною – Корольков відступив. Тобто у підтексті Б. Антоненко-Давидович виразив думку, що смерть старої селянської шкапи стала каталізатором пробудження людської самосвідомості в десятків людей, які десятиліттями перебували в пригніченому зацькованому становищі. Смерть тварини призвела до їхнього морального відродження.

Тобто концепт «смерть» в оповіданні «Шкапа» набуває протилежного значення: призводить до утвердження людського начала, до відновлення справедливості. Це відбувається в епізоді нічної розвідки, куди Корольков пішов з оповідачем і кількома солдатами. Інсценувавши фатальну помилку, оповідач власноруч застрелив ненависного Королькова і «опустивши рушницю, щасливо зітхнув» [1, с. 43]. Смерть поручника не викликала докорів сумління в оповідача, оскільки Корольков був мерзенним створінням. У творі протиставляється гуманізм українців жорстокості росіянина.

Болючим досвідом, глибокою психологічною травмою стали для багатьох письменників події голоду 1921, 1932–1933 і 1946–1947 років. Про голод 1921 року йдеться у новелі Б. Антоненка-Давидовича «Два пуди жита» (1922) з підзаголовком «із голодних фрагментів» [1, с. 188]. У творі реалістично розкривається відчай селян, що потерпали від посухи на півдні України. Перед читачем розгортається гнітюча картина закинutoї залізничної станції, поруч із якою працює невеликий млин. І десятки знесилених голодом людей приходять туди, аби поміняти останні речі на хліб. Автор виділяє з юрби двох українь виснажених селян – Митра й Ганну, які втратили врожай від посухи. Вони несуть два пуди жита, мріючи врятувати голодних дітей: «Жовта, як віск, худа, наче донька самого голоду, кинулась обшарпана жіноча постать додолу й похапцем, немов рятувала святощі, збирала пригорщами розсипане жито, перемішане з грудками снігу» [1, с. 193]. Письменник реалістично достовірно описує надлюдські зусилля селян: «...тягла на хребті два пуди жита. Терпляче, мовчки, шкутильгаючи на ліву ногу. Обігнала вперед чоловіка й таки донесла до станції. Вперлась крізь одчинену половину дверей у залу і впала разом із торбою на асфальт непритомна... А на шляху під лісою колишнього панського саду холоділо під старим кожухом дядькове тіло. Підібгавши під себе ноги, заховав руками лице й притулився до мокрого снігу. Немов хотів сховатись від світу, забути світ...» [1, с. 194]. Ганна з чоловіком так і не донесли рятівний мішок з житом до голодних дітей.

У цій новелі Б. Антоненко-Давидович змальовує моторошну картину загибелі селян від голоду, тож концепт «смерть» набуває ще одного виміру – психологічного. Прикінцева пейзажна замальовка автора, в якій усміхнене березневе сонце порівнюється з весільною молодою, різко контрастує з жахливою картиною реальної смерті батьків і передбачуваною загибеллю дітей. Емоційне ставлення автора до події відображене у метафорі «оплакані лани».

В оповіданні «Пиріжки, пиріжки...» (1922) розгорнута ще одна трагічна історія: «Стрімголов летіли нові дні, перегортались сторінки років, на вулиці клекотіло нове життя, бурхливе, самовпевнене, дике, незрозуміле... А в учителя географії був Коля, стара тополя під вікном і скрипка» [1, с. 195]. Авторське ставлення до постреволуційної дійсності яскраво відображене в дібраному ряді епітетів. Але в безрадісне життя скромного вчителя увірвалось ще одне горе – чотирнадцятилітній Коля

захворів на тиф. Задля його порятунку батько продав найціннішу річ – скрипку: «Притулився згорбленою спиною до муру крамниці й виставив скрипку на продаж. Ніби послав старшу доньку заробляти вночі на Хрещатику...» [1, с. 196]. У цьому порівнянні виражено глибокий розпач батька від власного безсилля. На виручені за скрипку гроші старий учитель продає на вулиці пиріжки, щоб порятувати сина. Він несміливо пропонує товар перехожим, поступається місцем перекупкам, але всі його думки заповнила тривога за хворого. Коли чоловік повернувся додому, на нього чекала сумна звістка: «Коло синових ніг глухо ридала дружина. Вчителеві стало ясно, ясно до останньої дрібниці, до болю, до безкінечного, одвічного жаху перед незрозумілим – Колі більше немає...» [1, с. 200]. Втрата єдиного сина означала особисту катастрофу для батька – він утратив сенс життя. Психологічний стан головного героя підкреслений метафорично насиченою пейзажною замальовкою, в якій домінують мотиви безнадії, ночі, згасання, сирітства.

Протиставлення двох образів Колі – жвавого й допитливого підлітка за тиждень до описаних подій та його важкого стану під час хвороби, що завершилася летально – формують екзистенційний дискурс твору: поразку людини у боротьбі зі смертю, невідворотність тяжких переживань, зображення межової ситуації, в якій опинився батько загиблої дитини, абсурдність існування. Отже, у новелі «Пиріжки, пиріжки...» формується ще один аспект концепту «смерть» – екзистенційний.

Б. Антоненку-Давидовичу довелося пережити два арешти і покарання у концентраційних таборах ГУЛАГу. На його долю випало багато тяжких випробувань, він не раз сам опинявся на межі, тому концепт «смерть» пронизує багато його творів, такий заголовок має і повість 1927 року. Танагологічні мотиви також посідають значне місце у пізній новелістиці письменника, зокрема в його «Сибірських новелах».

**Висновки.** Б. Антоненко-Давидович був одним із репрезентантів українського «розстріляного відродження», якому вдалося вижити у «несамовиту добу» (Г. Костюк). 1935 року він був засуджений до смертної кари, яка потім була замінена на 10-річне ув'язнення, понад двадцять років перебував у нелюдських умовах у різних таборах ГУЛАГу та на засланні, дивом вижив і повернувся в Україну. На його очах гинули тисячі невинних людей у жорнах репресій більшовицької держави, війна та повоєнне лихоліття також супроводжувалися значними людськими втратами. Тож не дивно, що концепт «смерть» пронизує творчість письменника.

Рання новелістика Б. Антоненка-Давидовича переконливо засвідчує непересічний талант оповідача, вміння передати гострі конфлікти сучасності в сюжетах та образах його творів. Проаналізована збірка «Синя Волошка», в яку увійшли новели й оповідання 1921–1922 років, торкається актуальних проблем тогочасної дійсності. Одним із центральних у збірці є концепт «смерть». Він набуває різних семантичних тлумачень: як неможливості компромісу з власним сумлінням, високої самопожертви в ім'я порятунку товаришів по боротьбі («Синя Волошка»), як екзистенційної трагедії, невідвратної сили

долі, несправедливості буття, ворожості світу до людини («Шкапа», «Два пуди жита», «Пиріжки, пиріжки...»). Концепт «смерть» функціонує як провідний у цих творах. Його емоційне обрамлення варіюється від світлого суму-спогаду, ностальгії за душевною чистотою («Синя Волошка») до гостро негативного переживання таких травматичних ситуацій, як голод, війна, хвороба. Концепт «смерть» переплітається з концептом «родина», маркує її руйнацію. Прикметно, що концепт «смерть» художньо реалізується переважно в сюжеті твору, але важливим його проявом є сугестивно насичений пейзаж.

#### Список літератури:

1. Антоненко-Давидович Б. Синя Волошка : збірка оповідань. Вид. 2-ге. Харків–Київ: Книгоспілка, 1930. 200 с.
2. Бойко Л. С. З когорти одержимих : життя і творчість Бориса Антоненка-Давидовича в літературному процесі ХХ століття. Київ : ВД «Києво-Могилянська академія», 2004. Вид. 2-ге. 584 с.
3. Дмитренко В. І. Творчість митців об'єднання «Ланка»–МАРС у літературному процесі першої третини ХХ століття: аспекти перцепції та рецепції : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук : 10.01.01. Київ, 2009. 33 с.
4. Кимак Л. Б. «Сибірські новели» Бориса Антоненка-Давидовича (Проблематика. Стиль. Поетика) : літературознавча студія. Вінниця : Південний Буг, 1998. 96 с.
5. Костюк Г. Борис Антоненко-Давидович. Зустрічі і прощання : Спогади у двох книгах / передм. М. Жулинського. Київ : Смолоскип, 2008. Кн. 1. С. 423–426.
6. Літературознавча енциклопедія : у двох томах. Т. 1 / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. Київ : ВЦ «Академія», 2007. 608 с.
7. Романишин Н. І. Художній концепт: лінгвопоетика, лінгвокультурологія, літературознавство. *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*. 2017. Вип. 12. С. 204–209.
8. Суворова Л. К. Концепт смерті в малій прозі раннього українського модернізму: архетипно-міфологічна і філософська інтерпретація : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.01.01. Київ, 2017. 22 с.
9. Хамедова О. Feci, quod potui... : Доля і творчість Бориса Антоненка-Давидовича : монографія. Донецьк: Норд-прес, 2009. 164 с.
10. Хамедова О. А. Б. Антоненко-Давидович: доля, творчість, критична рецепція : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.01.01. Харків, 2008. 20 с.
11. Хмель О. С. Екзистенціалістські мотиви в «Сибірських новелах» Б. Антоненка-Давидовича : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.01.01. Харків, 2007. 19 с.
12. Чуб Д. Борис Антоненко-Давидович : Життя і творчість. Мельборн : Вид-во «Ластівка», 1979. 32 с.

#### Lenska S. V. THE CONCEPT OF “DEATH” IN THE EARLY SHORT STORIES BY B. ANTONENKO-DAVYDOVYCH

*The article is dedicated to the analysis of the artistic functioning of the concept of “death” on the basis of B. Antonenko-Davydovych's collection of short stories “The Blue Cornflower” (1930). It was found that the writer's early short stories are based on real events and have an autobiographical character. The ambiguity of the semantics of the concept “death” in the short prose of the 1920s was investigated.*

*The article examines the artistic functioning of the concept of “death” It is found that the writer's early short fiction is based on real events and has an autobiographical character. The author investigates the ambiguity of the semantics of the concept of “death” in the short fiction of the 1920s.*

*The semantic and functional content of the concept of “death” in the story “The Blue Cornflower”, which later gave the name to the collection of short prose, was analyzed. In the image of the main heroine Sana, the motive of sacrifice for the sake of saving comrades in the political struggle is highlighted. However, having completed the task, the girl could not come to an internal compromise and committed suicide. Thus, the concept of “death” is associated with self-sacrifice. The story “The Old Mare” revealed that the concept of “death” has a double meaning: on the one hand, it reflects the existential tragedy of the First World War,*

*and on the other hand, it leads to the awakening of national self-awareness in Ukrainians. It is noted that in the short stories "Two poods of rye" and "Pies, pies..." the concept of "death" represents the author's condemnation of the inhumane world of the post-revolutionary era, in particular the famine of 1921. The short story "Two poods of rye" realistically depicts the death of a couple of peasants who were carrying a bag of life-saving grain for hungry children, but died on the way. That is, the concept of "death" acquires a deep psychological dimension. It was analyzed that in the short story "Pies, pies..." the concept of "death" expresses the immeasurable grief of a father who lost his only son due to illness. For the sake of saving his son, he sold the only value and comfort – a violin, but it was not possible to save his son.*

*So, it is proven that the concept of "death" in B. Antonenko-Davydovych's early short stories is closely related to others (families, wars, suffering, losses). The tragedies revealed in short stories have a devastating effect on a person. The plots of the stories are based on the author's personal impressions and reveal his writing talent already in his early works. The concept of "death" continued in the later fiction of B. Antonenko-Davydovych.*

**Key words:** *concept, existential problems, autobiography, short story, death, realism.*

## ЛІТЕРАТУРА СЛОВ'ЯНСЬКИХ НАРОДІВ

УДК 821.162.1.0(092)-1:811.162.1'373](045)  
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/11>

**Поліщук Л. Б.**

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

### МИСТЕЦЬКА СПЕЦИФІКА ФЛОРОНОМЕНІВ У СУЧАСНІЙ ЖІНОЧІЙ ПОЛЬСЬКІЙ ПОЕЗІЇ (НА МАТЕРІАЛІ ТВОРЧОСТІ MARIA W. SZYMBORSKIEJ ТА J. BAZIAK)

*Стаття присвячена вивченню квіткових символів і мотивів, які є мистецькими елементами уособлення жіночності в сучасній польській поезії. Квіти століттями використовувалися як символи в літературі та поезії, часто символізуючи емоції, ідеї та чесноти. Ця таємна мова квітів, також відома як флоріографія, дозволяла авторам і поетам передавати складні емоції та повідомлення через вибір квітів.*

*Століттями квіти були потужним засобом спілкування, наповненим прихованим змістом та емоційною символікою. Мистецтво надавати квітам певних значень, було особливо популярним у вікторіанську епоху. Ця захоплююча мова дозволяла людям виражати свої почуття через тонку, невербальну комунікацію квіткових композицій.*

*Квітковий символізм був невід'ємною частиною літератури протягом століть, і автори використовували ніжну красу та різноманітні значення квітів, щоб додати глибини та багатства своїм історіям. У цій статті ми дослідимо тривалий вплив квіткової символіки в літературі, досліджуючи, як цей літературний прийом продовжує захоплювати читачів і надихати письменників донині.*

*Іншим чинником, що сприяє тривалому впливу квіткової символіки в літературі, є багата й різноманітна мова квітів. Від захоплення вікторіанської епохи флоріографією (закодованою мовою квітів) до давньогрецьких міфів, які приписували специфічні якості та атрибути певним квітам, символіка, пов'язана з квітами, пропонує письменникам велику кількість матеріалу для використання. Ці складні вирази дозволяють авторам наповнювати свою роботу кількома шарами сенсу, додаючи відтінків і глибини своїм героям, обстановкам і темам.*

*Мова квітів в літературі грає важливу роль у творенні образів, вираженні емоцій та наданні глибини текстам. Багата і різноманітна символіка квітів може додавати текстам поетичності та метафоричності, а також передавати складні емоційні стани та ідеї. Така словесна форма надає можливість використовувати метафори та порівняння, щоб передати складні емоції, стани природи, красу чи навіть психологічні стани персонажів. Це робить тексти більш образними та експресивними.*

**Ключові слова:** символ, флорономен, квітка, польська література, мистецька специфіка, жіноча поезія.

**Постановка проблеми.** Використання квіткової символіки у літературі також відображає потужний зв'язок між людьми та природою. Квіти здавна шанувалися за їхню здатність викликати сильні емоції та спогади. Включаючи квіткові мотиви у свої твори, письменники можуть доторкнутися до емоційної сили природи, створюючи яскраві та незабутні образи.

Постійний вплив квіткової символіки в літературі очевидний у тому, як сучасні автори переосмислюють і адаптують ці класичні мотиви для

сучасної аудиторії. Використовуючи квіткову символіку у своїх роботах, вони вдихають нове життя в ці позачасові теми та захоплюють увагу нових поколінь читачів. Це говорить про універсальність і адаптивність квіткової символіки як літературного прийому, що забезпечує її постійну актуальність і резонанс у літературному ландшафті.

У знаменитій промові Шекспіра (Shakespeare) «Гамлет» Офелія згадує різні квіти та їх значення, наприклад розмарин для спогадів і братки для думок. Це ще більше підкреслює зв'язок



між квітами та людськими емоціями, який також можна побачити в нашому повсякденному житті, наприклад, коли ми надсилаємо емоції захвату коханій людині.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Серед засобів виявлення авторського погляду на зовнішнє середовище важливе місце належить флорономенам, так як квіти є ототожненням невдаваної краси, еталон евфонії та досконалості форми, уособленням природної довершеності, а отже – значним чинником творення вишуканої картини світу. У сучасній лінгвістиці символіка назва рослин досліджується в працях Єрмоленка С. Я., Жайворонка В. В., Коваль А. П., Кононенко В. І., Коломієць І. І., Подолян І. Є., Пустовіт Л. А., Станкевич Н. І. Проте, особливості символу квітки у творах польських поетес ще не були предметом спеціального дослідження, що призводить до актуальності нашої роботи.

**Постановка завдання.** Мета статті полягає у осмисленні мистецької специфіки флорономенів, які функціонують у сучасній жіночій польській поезії. Розкритті сутності, змісту, збірного образу жінки та художньої реалізації концепту квітки в поезіях Віслави Шимборської (Vislavy Shymborskoj) та Іоланти Базяк (Iolanty Baziak). Аналізуються квіткові символи і мотиви, які є мистецькими елементами уособлення жіночності в сучасній польській поезії. Через аналіз польських поезій визначаються основні символи квітки, пов'язані з вираженням жіночих почуттів та сприйняття світу.

Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких завдань: розкрити сутність поняття флорономен, з'ясувати види символів квітки у польській поезії; з'ясувати значення флорономенів в польській віршованій світобудові; виявити величину флорономенів та перспективи появи їх переносної та символічної ролі у ліричному мовленні.

*Об'єктом дослідження* є флорономени, підібрані із поетичних творів польських авторів В. Шимборської (V. Shymborskoj) та І. Базяк (I. Baziak). *Предмет дослідження* – мистецька специфіка флорономенів, які функціонують у сучасній жіночій польській поезії. У цій роботі нами використано метод синхронного опису, включаючи прийоми зіставлення та узагальнення.

**Виклад основного матеріалу.** Термін «жіноча поезія» може викликати різні асоціації, і він може бути розглянутий з різних точок зору, в залежності від контексту та інтерпретації. У певних випадках, особливо в контексті літературної критики, термін «жіноча поезія» може вказувати на поезію,

написану жінками або присвячену темам, які вважаються типово жіночими. Однак важливо зазначити, що цей термін може бути спростований, оскільки жіночі автори можуть створювати поезію на будь-які теми та в будь-якому стилі, а також можуть виражати різні погляди та досвід.

Так як у мовознавстві немає єдиного поняття найменувань на позначення об'єктів рослинного світу, такі словникові форми називали неоднаково: флороназва (Пітель В.), фітонім (Абакумова А., Блінова О., Бутко С., Галайчук В., Діброва О., Єгорова Н., Каліткіна Г., Колесникова Л., Мішеніна Т., Нікітенко Л., Оліфіренко Л., Панасенко Н., Подолян І., Усик Л., Чарикова О., Шестокова С.). Низка науковців у своїх працях застосовують не тільки один термін, а й використовують сумісні назви: фітонім, флористична лексема (Дяченко Ю.), флоролексема, флоризм, флоро назва, флористична одиниця (Шуляк С.), флоро лексема, флористичне найменування (Коломієць І., Уманець Д.), фітонім, фітонімний іменник (Клімас І.), фітонім, флоема, флористична одиниця (Акуліна К.). Флороназва квіти, порівняно із іншими флоролексемами, які мали аграрне значення, почали застосовуватися у літературі доволі запізно.

У сучасній жіночій поезії аналізується роль жінки як «іншої» з метою типологічно-характерного розуміння її світогляду, вибору нових концептів і символів жіночої «сутності», репрезентації суб'єктивно-визначальних образів ліричних героїнь відносно культурологічного аспекту. Тому феномен жіночої самоідентифікації став об'єктом авторських досліджень у поетичних текстах польської літератури.

Свідомість особи «іншого полу» формується за допомогою не тільки генетичних особливостей, а й і певних культурно-психологічних детермінантів. У своїх віршах сучасні поети культивують ідеали жіночої суб'єктивності, моделюючи відмітні компоненти жіночого початку, які забезпечують наявність у особи таких психоемоційних складників, як пасивність, емоційність, покірність, краса. Традиційні якості стереотипів «жіночого» (мудрість, ніжність, делікатність, щирість і вірність) реалізуються у віршованих текстах через певні символи, які підпорядковані культурній традиції.

Стереотипи «жіночого» є уявленнями чи узагальненнями про характеристики, ролі, поведінку та можливості жінок, які відображають уявлення суспільства про жіночність. Ці стереотипи часто виникають на основі культурних, історичних, релігійних та соціальних чинників, а також впливають на сприйняття жінок та їх можливостей у суспіль-

стві. Деякі з якостей, які часто асоціюються зі стереотипами «жіночого», включають: чутливість та емоційність: жінок часто сприймають як більш чутливих та емоційних порівняно з чоловіками.

Сучасна польська жіноча поезія характеризується суб'єктивно-психологічним розумінням концепта «душа» і категорії «миловидність», що передбачає наявність специфічних авторських підходів при дослідженні жіночих почуттів. Однозначно ці метафізичні компоненти визначають індивідуальні якості особи і формують сомато-сенсорний склад жіночого початку. Ці аспекти можуть виявлятися як характерні риси деяких творів: у жіночій поезії можна очікувати більшої уваги до внутрішнього світу поетеси, до її емоцій та душевних переживань.

Душа може бути темою або образом, який використовується для вираження почуттів, станів або внутрішніх конфліктів; категорія миловидності може відображати увагу до естетичних аспектів, а також до поетичних образів, які асоціюються з красою, ніжністю та вразливістю. Поетеси використовують миловидність для створення образів, які наголошують на внутрішній красі та глибині душі.

У цілому, ці характеристики виявляються у віршах жіночої поезії, проте вони не є універсальними або обов'язковими для всіх творів, написаних жінками. Важливо уникати узагальнень та дозволити кожному творцеві виразити себе власним унікальним способом.

У культурно-символічній традиції, як відомо, жінка – це носій життя; та, що володіє інтуїцією, емоціями, пасивністю, любов'ю, чистою та емоційною наполегливістю [2, с. 824]. *Anima* (жіноча частина психіки чоловіка) жінки пов'язана з красою, що реалізується через сучасне авторське використання квіткових символів, які вказують на амбівалентність поняття гендерного символізму (душа-матерія). Квітка – це духовна досконалість, жіноча краса та чистота [5, с. 96]. Тому у сучасній жіночій поезії рефлексію на соціально-детермінований простір, емоційні почуття жінки визначає символіка квітки. Нерозривне сполучення поняття «жіночність» з рослинним світом в певній мірі тлумачиться домінуванням жіночності у свідомості жінки (ліричної героїні).

У художньо-естетичній системі сучасної польської поетеси Віслави Шимборської (*Wisławy Szymborskiej*) реалізується індивідуально-авторська концепція жіночності, що тлумачиться наявністю душі, натхнення, легкості, раціональності і свого особливого світовідчуття. Моделювання жіночого існування і особисто-інтимного світу ліричної героїні відбувається на траєкторії віршованих текстів авторки: від улаштування (цнотливості) до дисгармонії (пристрасті).

Цей рух від улаштування до дисгармонії у її віршованих текстах відображає еволюцію їхнього внутрішнього світу або досвіду, який вони виражають у своїй поезії. Улаштування чи цнотливість виявляється у вигляді зосередження на гармонійних аспектах життя, внутрішньої рівноваги, мирному сприйнятті світу та себе. В цих творах присутні образи природи, спокійні емоції, мудрість та розміреність. Дисгармонія або пристрасть визначаються як відображення внутрішніх бурь, конфліктів, напруженості та емоційної нестабільності. Авторка виражає свої особисті суперечності, роздуми про важкі життєві ситуації, прагнення до самовираження або руйнівний вплив зовнішніх факторів.

Перехід від улаштування до дисгармонії спричинений різними факторами, такими як особисті переживання, соціальні та політичні зміни, а також пошук власного голосу або ідентичності. Він відображає складність людського досвіду та пошук глибокого розуміння себе та навколишнього середовища. Також цей рух наповнює поезію, надаючи їй глибину, інтенсивність та емоційну силу, що можливо відображає процес особистісного зростання та розвитку автора, який вона відтворює у своїх творах.

По-перше, жіночність як естетична категорія уособлює природні цінності жінки. Домінантним атрибутом такого визначення для героїні Шимборської являється тіло – «*Голова напівпритомна / моє серце і корона / Серце / тріснуло до краю і корона / що спадає*» [3, с. 158]. І тому через інтимний фізичний показник презентується інтерсуб'єктні та ідентичні якості жінки як особистості.

Іншими художніми елементами уособлення жіночності виявляються квіткові мотиви. Про обрану специфічну домінанту рефлексивно-естетичного переживання поетеси свідчать наступні рядки: «*Мій день народження припав / на час розлучення троянд*» [3, с. 53], «*Троянда ніколи не може бути соняшником / а соняшник ніколи не може бути трояндою*». [3, с. 203].

Квіткові мотиви часто використовуються як символи жіночності та краси у поезії та інших художніх текстах. Можуть мати різні значення та асоціації, що додає глибини і багатогранності віршам поетеси.

Вони часто сприймаються як символи краси та ніжності, що може відображати жіночні якості. Викликають асоціації з м'якістю, грацією та елегантністю різноманітних аспектів жіночності та утворенні багатшарових образів, що додає поезії глибини та краси. Також можуть виражати

ідею про фрагільність та вразливість, що асоціюється з жіночими аспектами, як символами духовної чутливості та розвитку.

Сфера духовності відносно детермінованих реалій об'єктивної реальності моделюється Шимборською (Shymborskoiu) через образи *ромашок*, які уособлюють собою емблему чистоти, скромності та безгрішності [4, с. 384]. «*Я неквапливо засаджую клумбу білих ромашок / на фоні таких же незайманих ромашок*» [3, с. 103], «*Жодна ромашка не проходить там / де я не думаю про тебе / каламбур*» [3, с. 162].

Поле духовності може існувати паралельно з детермінованими реаліями об'єктивної реальності, і в той же час взаємодіяти з ними. Духовність, у широкому розумінні, часто асоціюється з внутрішнім світом людини – її переконаннями, цінностями, прагненнями, емоціями та пошуками сенсу життя. Цей аспект існує незалежно від об'єктивних реалій зовнішнього середовища. Вона також включає в себе взаємодію з об'єктивними реаліями зовнішнього світу, такими як культурні, соціальні, економічні та політичні фактори.

Ромашки є популярним символом у літературі та поезії, часто символізуючи невинність, чистоту та нові починання. У «Кентерберійських оповіданнях» Джеффри Чосера (Dzheffri Chosera) ромашка символізує кохання оповідача до жінки, яка втілює ці якості. Так само в «Пригодах Аліси в Країні див» Льюїса Керролла (Liuisa Kerrolla) ланцюжок ромашок, який створює Аліса, служить символом її невинності та дитинства. Художнє використання поетесою згаданих квітів у ліричних текстах пояснюється своєрідним сприйняттям ліричною героїнею макрокосмосу та повсякденного зовнішнього життя жінки.

Віслава Шимборська (Vislava Shymborska) також демонструє вплив троянди як «символу пристрасті та бажання» на психо-емоційний стан ліричної героїні: «...їй закидали тернистість» [4, с. 411]. Троянда символізує не лише природну організацію Еросу, а й тотожні жіночі чісноти: «немісцеву красу» [6, с. 135]. Вона, мабуть, найвідоміша квітка в літературі та поезії, що символізує любов, пристрасть і красу. У грецькій і римській міфології троянду асоціювали з богинями кохання Афродітою і Венерою. Цю асоціацію з коханням і пристрастю можна знайти в численних класичних текстах, включаючи «Ромео і Джульєтту» Вільяма Шекспіра (Viliama Shekspira), де троянда символізує пристрасть закоханих один до одного.

Крім любові та пристрасті, троянди також можуть символізувати інші емоції та ідеї. Напри-

клад, кошик з рожевими трояндами може виражати вдячність і захоплення, тоді як червоний колір може означати глибоку любов і повагу.

У центрі творчості Віслави Шимборської (Vislavy Shymborskoі) – конструкція з подвійним началом: еротичним і духовним. Співіснування таких структурно-цілісних елементів «жіночого» обумовлена наявністю квіткової символіки та описом властивостей жінки.

Поезія сучасної польської поетеси Іоланти Базяк (Iolanty Baziak) характеризується духовністю та імпресіоністичним настроєм. Жіночність вона демонструє через створення особисто-інтимного світу, в якому є і споглядання, і розуміння, і любов, і душевний спокій. Бачення ліричної героїні ґрунтується на синтетичному сприйнятті реалій навколишнього світу. Шлях до «космічного» буття реалізується у віршах І. Базяк (I. Baziak) засобами медитації, поєднаної з системою естетичних природних цінностей (роль флористичних елементів у житті).

Квіти для ліричної героїні – головні одиниці заспокоєння серця і створення власної життєвої гармонії. «*Teraz pamięta / sny bytu przyjazne / zamiast kosy ukuta różę*» [1, с. 162]. Що означає: *Тепер вона згадує / сни були добрі / вона уявила троянду замість коси*. У цьому поетичному контексті троянда символізує спокій душі, красу Всесвіту. Духовно-сутнісне осмислення дійсності та жіноча свідомість аналізуються поетесою відповідно до інтеграції «власне жіночого» (тілесного) в інші естетично зумовлені сфери життя.

Мак в віршах авторки має своєрідне значення, бо втілює безпосередньо почуття ліричної героїні: «*Gdy zakwitł / na czerwonej trawie / uśmieńłam się*» [1, с. 130]. Що означає: «*Коли зацвіло / на червоній траві / усміхнулася*». Таке трактування символічних властивостей цієї квітки є визначальним у поезії І. Базяк (I. Baziak), оскільки в культурній традиції мак є символом «смертельного сну» [2, с. 1238].

Емоційна сфера віршів поетеси представлена через наявність в поетичному полотні назв таких квітів, функціональне значення яких залежить від особливостей емоційного і культурного досвіду.

**Висновки.** В ході проведеного дослідження було встановлено, що художня специфіка квіткової символіки в поезіях В. Шимборської (V. Shymborskoі) та І. Базяк (I. Baziak) визначається такими ознаками:

– індивідуальне авторське дослідження психо-емоційного стану жінки по відношенню до певного соціокультурного простіру;

– відмінність образно-поетичної складової віршів;

– моделювання жіночого буття, особисто інтимного світу ліричної героїні. Модифікація переживання ліричних героїнь та їхнього емоційного простору існування ілюструються сучасними поетами через присутність жіночого в несвідомому, а квіти є специфічними «знаками» прояву символічної жіночої «сутності».

Дослідження квіткової символіки в літературі та поезії розкриває захоплюючу силу та позачасову привабливість квітів як літературного засобу. Вміло влітаючи ніжну красу та приховані значення квітів у свої оповіді, автори різних періодів і жанрів збагатили свої історії шарами емоцій,

символізму та людського досвіду. Від романтичних сонетів Шекспіра (Shakespeare) до зворушливих віршів Емілі Дікінсон (Emily Dickinson), магія квітів перевершила час і продовжує надихати читачів і письменників.

Мова квітів дозволила авторам передати універсальні теми, такі як любов, втрата, надія та оновлення. Ця багата та різноманітна лексика не лише додає глибини та відтінків персонажам, налаштуванням і темам, але й зачіпає потужний зв'язок між людьми та природою. Яскраві кольори, ніжні аромати та швидкоплинна тривалість життя квітів служать потужним нагадуванням про красу та крихкість життя, викликаючи сильні емоції та спогади у читачів.

#### Список літератури:

1. Adriana Szymańska, W: Jolanta Baziak. Zwierzę ludzkie, czyli struktura wiary : *Wiersze wybrane*. Bydgoszcz : Świadectwo, 2001, s. 171.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови : 250000 / уклад. та голов. ред. В. Т. Бусел. Ірпінь : Перун, 2005. Т. VIII. 1728 с.
3. Віслава Шимборська. Вибрані поезії та есеї / пер. Ярина Сенчишин. Львів : Літопис, 2002. 224 с.
4. Ганна Улора. Ніч на Венері: 113 письменниць, які сяють у темряві. Київ : ArtHuss, 2020. 464 с.
5. Кісь О. Кого оберігає берегиня, або матриархат як чоловічий винахід. «Я» (Інформаційно-освітнє видання). Харків, 2006, № 4(16). С. 11–16.
6. Малярчук О. В. Емоційний концепт ЩАСТЯ: етимологічні та структурні характеристики. *Вісник Житомирського державного університету*. 2014. № 2 (74). С. 132–138.

#### **Polishchuk L. B. ARTISTIC SPECIFICITY OF FLORONOMENA IN CONTEMPORARY FEMALE POLISH POETRY (BASED ON THE WORK OF MARIA WISŁAWA ANNA SZYMBORSKA AND J. BAZIAK)**

*The article reveals the flower's symbolism in contemporary female Polish poetry. This is a complex and multifaceted phenomenon, which caused controversy among literary and art critics. The question of the essence of flower symbolism as a literary phenomenon remained unresolved by critics and scholars for many years. However, in the materials published so far, there is no comprehensive description of symbolist imagery, themes, motives of lyric poetry, and mythopoetics. The creative heritage of symbolist poets was studied without detailed comparative and typological comparisons with other national literatures.*

*The symbolism of plants plays a big role in modern women's poetry. Thanks to the author's use of the names of flowers, the details begin to acquire special meaning. The plant becomes a kind of leitmotif symbol that helps to understand the symbolic subtext of this or that scene of the work. They appear in poetry not only as living colors to create an ideal picture of nature and its seasonal changes but also as a reflection of traditional imagery. Also, they reflect superstitions and beliefs that existed at that time, since people's feelings, relationships, and thoughts cannot be separated from nature, with which humanity has been strongly connected since time immemorial.*

*The research identifies several common and distinctive features. The motif of the girl's transformation into a flower and vice versa, the reception of the identification of the beloved and the flower is one of the most striking features that unite the floral images.*

*A variety of floral symbols and metaphors allow writers to convey complex ideas and emotions through literary texts. Each type of flower can have its meaning that can be used to reveal different aspects of the work. The rich language of flowers allows writers to create expressive and memorable images that have a lasting impact on readers and survive in popularity in literature for many generations.*

**Key words:** *symbol, florinomen, flower, Polish literature, artistic specificity, women's poetry.*

## ЛІТЕРАТУРА ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН

УДК 81. 21

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/12>**Абрамович С. Д.**

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

### ХРИСТИЯНСЬКА ЛІТУРГІЯ ЯК САКРАЛЬНА ГРА

*Гру в Новий час почали переважно розглядати як дитячу забавку; запанував «буржуазний» погляд на дитину як на «маленького дорослого», який має у всьому наслідувати Батька й якнайшвидше подорослішати. Т. Гоббс підносить фактор страху в якості умови існування держави. Між тим колись Дитині відводилася інша; роль: «Якщо не будете такі як діти, то не увійдете у Царство Небесне», – казав Ісус Христос, який обіцяв вивільнення й закликав не боятися; становлення християнства відбулося через подолання трьохсотлітніх жорстоких гонінь. Та лише у 2-й пол. XX ст. наріжним каменем став принцип вільного розвитку особистості та глибока цікавість до тих «змінених станів свідомості», які раніше ототожнювалися з мракобіссям та самонавіюванням. Зокрема кардинально змінився погляд на гру, яка почала розумітися як універсальний алгоритм людської діяльності; ідеї Канта й Шіллера розвивають Й. фон Невманн, О. Моргенштерн, Х. Ках, А. Рубінштейн, Е. Бьйорн, Й. Гейзінга та ін. Але залишаються малодослідженими з цього погляду такі фундаментальні явища, як візантійська літургія, в ході якої протягом майже двох тисячоліть людина осягає обрії обожнення, перетворюючись через участь у священнодійстві на херувима, вільного від усякої людської, життєвської печалі. У даній статті зроблено спроб розглянути Літургію Івана Золотоустого як таку сакральну гру, яка принципово відмінна від грецького театру і язичницької теургії взагалі, позаяк спрямована не на магичне зв'язування волі богів та демонів і не на публічно-сценічну містеріальність елліністичних часів, а на таємне, інтимне відтворення в собі Образа Божого.*

**Ключові слова:** страх, свобода, гра, літургія, дійство, обожнення.

**Постановка проблеми.** Гру в Новий час, коли в культурі виразно домінує формат Дорослого, почали розглядати як «дитяче» заняття, забавку. «Це вам не іграшки!» – один з найбільш поширених рефренів нашого життя. Вже в свідомості пізнього Середньовіччя й, тим більше, в думці Нового часу дитина почала була розглядатися як «маленький дорослий», якому найкраще якомога раніше вирости й подорослішати по-справжньому. Ця теза розгорнуто обґрунтована в Т. Гоббса. О. С. Туренко, цитуючи характерні слова філософа «той, хто панує над дітьми, також панує над дітьми цих дітей і над дітьми дітей цих дітей», робить висновок: «У гоббсовій теорії страх займає суворе місце в державницькій конструкції. Він виступає вічним фактором суспільних відносин та структурним компонентом держави, усіх її базових принципів, інституцій та потенційних можливостей» [6, с. 121]. Цей погляд поширився на Заході та по всій Європі, зокрема і в Україні; харак-

терна вже сама назва книги І. Сердюка «Маленький дорослий: Дитина й дитинство в Гетьманщині XVIII ст.» [5]. Уся класична «буржуазна» педагогіка базувалася на принципі «дитина має наслідувати батька й успадковувати його здобутки»; це не заперечувалося й комуністичним тоталітаризмом, в ідеології якого концепція руйнації «старого світу» якось непомітно замінилася на заклик беззастережно наслідувати отців і дідів. Відповідно й релікти погляду на гру як на якусь «нижчу», «дитячу» стадію в розвитку людської особистості даються взнаки й по сьогодні.

Між тим в давні часи Дитині відводилася геть не така принизлива роль. «Якщо не будете такі як діти, то не увійдете у Царство Небесне», – каже Ісус Христос (Мт. 18:3). У християнстві людей закликають не боятися, а бути безстрашними («Не бійся, мале стадо...»; Лк. 12:32); становлення нової релігії, побудованій на вірі у воскресіння з мертвих євангельського Ісуса, відбулося

завдяки масовому мучеництву її adeptів протягом трьох сторіч<sup>1</sup>. Відповідно увага до такого «дитячого» заняття, як гра, не припинялася й в атмосфері зростання впливу матеріалістично-позитивістських концепцій. Цікавість до гри проявив видатний філософ І. Кант, який пов'язував ідею гри з людською творчістю та свободою. Навіть у лоні власне матеріалістичного мислення гра інколи сприймалася як щось важливе. Так, Г. Спенсер вважав, що культура народжується як результат гри «надлишкових» біологічних сил. З іншого боку, Ф. Шіллер та йєнські романтики наголошували на важливості врахування емоційно-почуттєвої сфери психіки. Це отримало підтвердження в ірраціоналістичній філософії рубежу XIX–XX ст., найперше у психоаналізі з його заглибленням у сферу людського підсвідомого. Характерна теза З. Фрейда про те, що гра є засобом психічного розвитку дитини, усвідомлення нею самої себе і має терапевтичний ефект («По той бік принципу задоволення»).

Спроби мовознавців реконструювати прамови людства також дають важливий матеріал: так, скажімо, саме слово *грати* (*ся*) походить від і.-є. \**ker-dho* – *розсікати, розрубувати*, тобто етимологія слова фіксує розривання якихось звичних уз, вивільнення з тенет повсякденності, а це вже ніяк не жарти. Принаймні, тут поривання до вивільнення не набуває зловісних векторів тяжіння до вбивства, алкоголізму та наркоманії.

Та лише у 2-й пол. XX ст. авторитет ідеї про переваги т. зв. «дорослості» було остаточно скасовано, й наріжним каменем став принцип вільного розвитку особистості та глибока цікавість до тих «змінених станів свідомості», які раніше бездумно ототожнювалися з мракобіссям та самонавіюванням. Погляди на гру, яка почала розумітися як універсальний алгоритм людської діяльності, радикально змінилися.

Пильно спрямований погляд у минуле також дозволяє ввести значні корективи в наше уявлення про конструктивну роль гри у становленні та функціонуванні культури як такої. Виявляється, те, що сьогодні вважається за забавку, свого часу зовсім не було забавою. Так, гра в нарди колись функціонувала як профетичний акт; астрологи використовували цю гру, прорікаючи долю володарів. Сюди ж треба віднести й такий феномен, як карти ТАРО, що віщують долю до дрібних деталей.

<sup>1</sup> При цьому один з фундаторів нового вчення апостол Павло, відзначаючи самовідданість любові, водночас визнає: «Коли я був дитиною, говорив як дитина, думав як дитина, міркував як дитина. Коли ж я став мужем, покинув те, що дитяче» (1 Кор. 11).

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Ці архаїчні шари культури виявляються нині найбільш малодослідженими і найбільш цікавими для науковця. Варто згадати М. Еліаде, який вважав, що колись будь-яка діяльність була сакральною, й наголошував, що у метафізичних концепціях архаїки «світ не завжди формулювався теоретичною мовою; складну систему послідовних тверджень про остаточну реальність речей, систему, яку можна вважати складовою метафізики, виражають, на різних планах і за допомогою властивих їм засобів, символ, міф, обряд. Однак важливо розуміти глибинний зміст усіх цих символів, міфів і обрядів, щоб вдалось перекласти їх нашою звичною мовою»<sup>2</sup> [8, р. 3]. Велику методологічну роль в справі усвідомлення такого нового погляду на гру зіграли дослідження на кшталт колективної монографії «Theory of Games and Economic Behavior: 60th Anniversary Commemorative Edition» (1944; автори J. von Neumann, O. Morgenstern, H. W. Kuhn, A. Rubinstein) [12]. На ній фактично базується сучасна теорія ігор. Тут викладено математичну теорію економічної та соціальної організації, засновану на стратегії теорії ігор, яка не втратила актуальності по сьогодні. Книга лягла в основу принципово нової області науки – теорії ігор, яка з тих пір широко використовується й у економіці та інших сферах соціального знання, і в широкому колі наукових досліджень взагалі. Так, у знаменитій книзі психіатра Е. Бьйорна (Берна, 1964) «Ігри, у які грають люди» [2] гри в поведінці дорослих вже відводиться дуже важлива роль, починаючи з ситуації сексуальних контактів. Автор у такий спосіб досліджує генезу психічно-невротичних розладів, а також накреслює шляхи подолання шкідливих, закладених ще в дитинстві, ігрових схем. Особливо ж важливо взяти до уваги «ідею гри» як глибинної форми життєвиразу, сформульовану голландським філософом Й. Хейзінгою, який акцентував, що саме гра, а не праця, як вважали К. Бюхер та інші матеріалісти XIX ст., спричинилася до формування людської культури як такої («Homo ludens» – *Людина, що грає*; 1938) [7]. Поступово змінився й статус богоборчого поривання: бадьоре піонерське гасло «*Долой, долой монахов, долой, долой попов...*» на наших очах змінюється міркуваннями про те, що нашу

<sup>2</sup> В оригіналі: «...world were not always formulated in theoretical language; but the symbol, the myth, the rite, express, on different planes and through the means proper to them, a complex system of coherent affirmations about the ultimate reality of things, a system that can be regarded as constituting a metaphysics. It is, however, essential to understand the deep meaning of all these symbols, myths, and rites, in order to succeed in translating them into our habitual language».

сучасність можна означити як «постсекулярну епоху», й вивчення світових релігій втратило присмак гіперкритичності. Зокрема всі оті архаїчні спроби подивитися на світ очима Іншого, ритуальні дійства з психічним перетворюванням людини на вовка (чи там, як у Китаї, на лисицю), усі оті містерії й храмові вистави раптом постали як сакральна гра, найчастіше Ініціація, в процесі якої молода людина<sup>3</sup> осягає статусу Дорослого й отримує низку нових прав у своїй громаді. В світлі всього сказаного залишається послідовно простежити модифікації сакральної гри, та інших соціальних наук, і в широкому колі інших наукових досліджень.

У фарватері цих епохальних книг з тих пір написано багато чого, але слід визнати, що саме християнська літургія як гра досі ґрунтовно не розглядалася – можливо, через острах сприйняття такого аналізу як блюзнірства. Проте слід вказати на кілька вітчизняних робіт, в яких принаймні накреслюються шляхи підходу до цієї проблеми. Зокрема серед численних досліджень середньовічних містеріальних дійств в Україні та поза її межами (М. Возняк, О. Білецький, О. Кисіль, І. Волошин, Г. Лужницький, О. Курочкін, Ю. Бойко-Блохин, І. Волицька, А. Баканурский та ін.) вирізняємо як репрезентативні дві розвідки. Це книга Р. Я. Пилипчука «Історія українського театру» (2019), в якій відзначено, що у православному богослужінні не розкрита до кінця тенденція звертання до масових видовищ: адже «православний культ відзначався консерватизмом і не допускав гіпертрофії видовищних елементів, характерної для католицької обрядовості, та досить вільної інтерпретації релігійних сюжетів, властивої протестантській церкві» [3, с. 64–65]. Вкажемо також на статтю А. Герасименко «Бога і видовищ» (2020), в якій описуються характерні риси ритуальної драми християнського Середньовіччя; на думку дослідника, це було своєрідне «домислювання» Св. Письма: «А якщо відчуття реальності бракувало, її завжди можна було доповнити: так сам Христос і старозаповітні персонажі оживали, сходячи зі сторінок на площі й у храми. Це був театр, і це було богослужіння. Це були перші містерії» [4].

Але якщо ми вже визнали гру не за просту забаву недозрілого розуму, а за серйозну спробу вдосконалення людини, то слід належно осмислити грандіозну, кропітку, на віки розраховану

практичну роботу Церкви по обоженню людини<sup>4</sup>. Отож мусимо зосередитися саме на проблемі Служби Божої як священнодійства, тобто – як сакральної гри. Скажімо у такому ключовому моменті візантійської Літургії Івана Золотоустого, як Херувимська пісня (у греко-католиків цей момент знаменує перехід від Літургії Слова до Літургії Жертви), звучить формула: «Ми, херувимів тайно являючи...», що означає буквально ситуативне перевтілення людини, набуття нею в цей момент янгольської природи. Та в деяких храмах уживається деформований текст, створений в австралійській православній діаспорі, який свідчить про втрату саме цього ігрового, найважливішого змісту: «Ми, херувимів тайно уявляючи...» Але одна справа – уявити себе херувимом, як актор уявляє себе втіленням ролі; інша справа – реально психологічно стати херувимом, хоча б на мить, таки справді перевтілитися. У цьому богослужінні відбувається Євхаристія – таїнство перетворення звичайних хліба й вина на Святі Дари, Тіло й Кров Христову, і віруючий бачить тут не лише символічну подобу, а сприймає нові сутності як реальність, до якої стає фізично причетний в плині цієї «священної гри» через оту оновлену їжу, сама суть якої перемилилася (*црк.-сл. пресуществленіє*).

**Постановка завдання.** Християнська літургія, яка генетично сягає часів зародження християнства, не є проте музейним раритетом, вона являє собою духовну поживу для мільйонів людей. Між тим ця літургія залишається герметично закритою й для більшості освічених людей нашого секуляризованого часу, і навіть для багатьох віруючих. Популяризація літургійної символіки через церковні канали, при всій інтенсивності своїй, усе ж таки зводиться виключно до пояснення окремих ситуацій. Так, наприклад, спів Херувимської пісні закликає вірних до осягнення духовного стану *обожнення* – повного отождолення себе з янголами, але ж з такою метою вершиться ціле літургійне дійство в єдності його тексту, рухів, переміни священничих риз, ужиття сакрального начиння тощо. Все це за своєю природою є *грою*, що веде до переміни буденної свідомості на щось зовсім інше. Тому погляд на сакральне дійство літургії як на гру дозволяє виявити глибинне «суперзавдання» даного жанру.

<sup>3</sup> Зауважимо принагідно, що в середньому людина кам'яного віку жила на світі десь зо 20 років, попри те, що вела, як з нашого погляду, бездоганно здоровий спосіб життя.

<sup>4</sup> Слід чітко диференціювати язичницьке поняття *обожнення* недосконалої людини (скажімо, якогось там оскаженілого садиста-імператора в Стародавньому Римі) і християнське поняття *обожнення*, яке полягає в прагненні повернути людині той затьмарений первородним гріхом Образ Божий, який вона мала від початку в Едемському саді.

**Виклад основного матеріалу.** Власне, перед нами окремих, специфічний різновид сакральної гри – *священнодійство*. Слово «дійство» походить від слова *дія*, яке потенціально сигніфікує рух, плин подій у Всесвіті. При цьому треба мати на увазі, що, попри поверхове й тенденційне осмислення атеїстичною пропагандою тієї ж Євхаристії як аналога магії, кардинальна ж відмінність літургічної дії від язичницької теургії (магії), включаючи розвинені пізньоантичні містерії, полягає не в боротьбі з вороже чи байдуже налаштованим до людини божеством, зв'язуванні його, божества, волі жертвами чи заклинаннями, а в благословенні Бога-Творця світу й подяці за дар життя (гебр. הכרה <барахот> – *благословення*). Пафос цих сакральних текстів принципово відмінний від духу язичницького заклинання, вони позбавлені лихоманкової екстатичності й тяжіють не до піднесення настрою боротьби й перемоги, а до спокою й просвітління. Сам термін *літургія* (від *leitourgia* – *спільна справа, служіння*) означає богослужіння з приношенням Святих Дарів. По суті, це відтворення у формі драматичного дійства біблійної концепції світу й людини. Нагадаємо, що *дрѡμα* означає в грецькій мові *дія, діяння, дійство*) – це літературний рід, побудований не на монолозі наратора чи лірика, а на діалозі чи полілозі, з обов'язковим гострим конфліктом. Але Писання містить переважно епіко-дидактичні тексти та молитовну лірику (псалмодія), в той час, коли драматичний елемент у ньому виразно редукований, виникає, можна сказати, епізодично. Зазвичай Біблія інтерпретує життя в епічних формах – з моментами переходу в драму [9]. Чи не єдиний казус «чистої драми» теж вельми своєрідний: це включені в історію кохання Соломона й Суламіти (Пісня над піснями) фольклорні в своїй основі весільні хори юнаків та дівчат, що вихваляють Соломона та Суламіту.

Справа в тому, що в ізраїльтян, як і у греків, формування публічно-сакрального видовища відбулося під впливом загальносередземноморського культурного канону. У греків драма від початку була містерією, народженою в лоні вакхічного культу, яка включала криваву жертву тварини, що символізувала розірваного титанами Діоніса: сп'янілі вакханки роздирали на шматки живого козла й пожирали його сире м'ясо. В ізраїльтян у годину Виходу теж з'являється офірний цап, якого виганяють на неминучу смерть до пустелі, символічно поклавши на нього гріхи народу. Та коли Соломон започатковує в Єрусалимському Храмі пишну культову відправу з музикою, тан-

ком і співом, з цих архаїчних елементів формується сакральна драма – богослужіння Ягве. Це дещо подібне ззовні до реформ грека Піндара, який театралізував публічне виконання пеанів та дифіраμβів і створив пишне релігійне видовище з хорами та танцюристами, традиції якого почасти використовувалося творцями візантійської літургії. Та у грецькій культурі функціонувала й паралельна лінія: театр та драматургія в знайомому нам вигляді, яка вивела грецьку драму за межі сакрального. У Есхіла п'єса – ще справжня містерія, з міфологічними персонажами, олімпійцями та титанами. У Софокла вже починається сумнів у божественній волі й акцентується трагедія ні за що знищеної Роком людини. А в Еврипіда та Аристофана божественне вже цілком лишається за межами драматичного простору, і єдиним предметом зацікавлення драматурга стають виключно трагічні та комічні моменти людського життя. А в стародавнього ізраїльтянина не було потреби мати записану та поставлену на сцені драму: адже в Храмі щоденно вершився священний спектакль – літургія, реалізуючи основну колізію Біблії – діалог Бога і людини. Паралельно вершилися ритуальні жертвоприношення тварин, життям яких викупали гріхи людини: людина мала пережити страх і покаєння, спостерігаючи муки невинної тварини: це ж бо вона, людина, мала б так бути знищена за її гріхи! В плинні розвитку ідеї жертви цей старозавітний припис у Новому Завіті трансформувався в жертву Христа, що відміняє вже усякі криваві жертвоприношення. Та в цілому на перший план в давньоєврейській культурі виступили не пластичні мистецтва і не театр – ці засоби людського самопізнання, а Слово Боже. Текст же Біблії, який є напученням за своєю природою, зовсім не орієнтований на драматичну реалізацію в діалозі персонажів. Дослідження діалогічності у Біблії, проведене В. Рідом при опорі на методологію Бахтіна, цікаве [10], але нагадаємо, що, за Бахтіним, діалогічність, про яку тут йдеться, найбільш повно втілена у прозі романного типу. Тому переносити на біблійний текст закони романічної нарації – річ досить сумнівна. Крім того, слід враховувати, що, по суті, у Біблії – один Діалог: людини й Бога, й все багатоголосся людських волань зводиться до цього як до основного фокусу зору. Ліричні спалахи екстатичного почуття – молитви – вмонтовані в нарацію, яка побудована на моментах богоспівкування, мозаїчним методом. Про сюжетні ж події, які розгортаються у вчинках персонажів, ми можемо говорити тільки умовно: суєта світу цього й людські пристрасті –



усе те, чим живе художня драма – автора Біблії мало цікавить, хіба що як матеріал для повчання. Утім біблійна нарація може бути легко перетворена на містерію – подібну до тих, які розігрувалися на площах середньовічних міст (дійства, в яких фігурували Адам, Єва та Змій; набували видимого втілення Страсті Христові тощо). Тобто суспільство, що створило Біблію, сконцентрувало свою потребу у видовищі в храмовій літургії. Й саме тут визначається майбутній розрив між еліністичною культурою, в якій театральне начало начебто перемістилося в сферу життя, і християнською концепцією, яка підносить літургійне дійство як засіб обоження людини й засуджує усяке лицедійство [див. детально: 1].

Ап. Павло у 1-му Посланні до Коринтян (3:1) ділив людей на три класи: *тілесних* (ті що живуть фізичними бажаннями), *душевних* (світ людських пристрастей) і *духовних* (люди, що прагнуть Богоспілкування). Літургійне дійство покликане задовільнити духовну спрагу індивіда, який належить

саме до останнього класу. Дуже характерний такий епізод. Засновник ордена єзуїтів св. Ігнатій Лойола залишив по собі «Духовні вправи», в яких закарбував власний досвід особистої щоденної молитви, з залізною волею скерованої на неухильне духовне зростання молільника. Це, про суті, щоденне інтимне продовження церковної служби «в домашніх умовах», екстатичне наростання молитовного стану, політ духу, що вивільнюється від усього тілесного та душевного [11].

**Висновки.** Отож церковне богослужіння від початку було дійством, спрямованим на вихід свідомості зі сфери повсякденних клопотів і пробудження в людині «пам'яті про небесну вітчизну», таємне, інтимне, а не публічно-сценічне перетворення людини на херувима (одно з ключових літургійних формул: «Догори піднесімо серця!»). І з язичницькою магією воно, по суті своїй, не має нічого спільного. Ці спостереження можуть стати відправною точкою для низки більш розгорнутих досліджень літургійного тексту.

#### Список літератури:

1. Абрамович С. Драматичний первінь у біблійному тексті. [Розділ колективної монографії]. *Жанри і жанрові процеси в історико-літературній перспективі*. Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2012. С. 7–13.
2. Берн Е. Ігри, у які грають люди. Київ : Клуб Сімейного Дозвілля, 2021. 256 с.
3. Пилипчук Р. Історія українського театру (від витоків до кінця ХІХ ст.). Львів : Видавництво ЛНУ ім. Івана Франка, 2019. 356 с.
4. Герасименко А. Бога і видовищ. *Verbum* № 67: ГРАТИ РОЛІ м19 лютого 2020 URL: <https://www.verbum.com.ua/02/2020/to-play-roles/god-and-circuses/>.
5. Сердюк І. Маленький дорослий: Дитина й дитинство в Гетьманщині ХVІІІ ст. Київ : К.І.С., 2018. 456 с.
6. Туренко О. С. Фактор страху в ранньомодерних теоріях держави: проект Томаса Гоббса. *Наука. Релігія. Суспільство*. 2010. № 2. С. 121–127.
7. Хейзінга Й. Homo Ludens. Досвід визначення ігрового елемента культури. Київ : Основи, 1994. 250 с.
8. Eliade M. Cosmos and History. The Myth of Eternal Return. NY : Harper & Brothers, 1959. 191 p.
9. Dinsmore Ch. A. The English Bible as Literature. New York : Houghton Mifflin, 1931. 346 p.
10. Reed W. L. Dialogues of the word: The Bible as Literature. According to Bakhtin. NY – Oxford : Oxford University Press, 1993. 223 p.
11. Św. Ignacy Loyola. Swiczenia duchowe. Kraków : Wydawnictwo WAM . Księga Jezuici, 2019. 164 s.
12. Von Neumann J., Morgenstern O., Kuhn H. W., Rubinstein A. With an introduction by H. W. Kuhn. Theory of Games and Economic Behavior (60th Anniversary Commemorative Edition). Princeton : Princeton Classic Editions, 1944 (Copyright). 776 p.

#### Abramovych S. D. CHRISTIAN LITURGY AS A SACRED GAME

*In the Modern era the game began to be considered mainly as a children's toy; a "bourgeois" view of the child as a "little adult" prevailed, which should imitate the Father in everything and grow up as soon as possible. T. Hobbes raised the factor of fear as a condition for the existence of the state. Meanwhile, once the Child was assigned another; role: "If you are not like children, you will not enter the Kingdom of Heaven", said Jesus Christ, who promised freedom and urged not to be afraid; the formation of Christianity took place due to the overcoming of three hundred years of cruel persecution. But only in the 2nd floor. 20th century the cornerstone was the principle of free personal development and a deep interest in those "altered states of consciousness" that were previously identified with obscurantism and self-suggestion. In particular, the view on the game, which began to be understood as a universal algorithm of human activity, has radically changed; the ideas of Kant and Schiller are developed by J. von Neumann, O. Morgenstern, H. Kuhn, A. Rubinstein, E. Bjorn, J. Huizinga, and others. But from this point of view, such fundamental phenomena as the Byzantine*

*liturgy, during which for almost two thousand years a person reaches the horizons of Deification, turning into a cherub, free from human, everyday sorrows, through participation in the liturgy, remain understudied from this point of view. This article attempts to consider the Liturgy of John the Chrysostom as such a sacred play, which is fundamentally different from Greek theater and pagan theurgy in general, since it is not aimed at the magical binding of the will of gods and demons and not at the public-stage mysteriousness of Hellenistic times, but at the secret an intimate reproduction of the Image of God in oneself.*

**Key words:** *fear, freedom, game, liturgy, action, Deification.*

*Aliyeva T.*

Institute of Literature named after Nizami Ganjavi of the Azerbaijan National Academy of Sciences

## THE NARRATIVES OF RASHID BEY EFENDIYEV AND EYNALI BEY SULTANOV WITHIN THE FRAMEWORK OF DIDACTIC REALIST PROSE

*In the mid-19th century, the pedagogically realist paradigm promulgated by Mirza Fatali Akhundzade and rooted in conceptual perspectives, alongside the introduction of innovative and distinctive literary genres, engendered transformations and revolutions across both literary and non-literary spheres in the initial decades of the preceding century. Educational realist writers accorded paramount significance to education and reform, perceiving them as formidable forces shaping human development. Consequently, they appraised educational endeavors with considerable esteem. As a pedagogue-author, Rashid Bey Efendiyev's oeuvre is notably compelling. Functioning as a continuator of traditions toward the close of the 19th century, he articulated his notions in the dramas he penned, taking into consideration the profound influence of these exemplars on mass education. Undoubtedly, in his capacity as an educationalist, he underscored the establishment of novel educational institutions, the inception of theatrical endeavors, and the synchronization of pedagogical activities with the exigencies of the contemporary world, emphatically emphasizing the concept of enlightenment. The resolutions in Rashid Bey Efendiyev's individual narratives, and conceivably in all of his stories, embodying positive and didactic outcomes, can be assessed within the framework of the tenets of educational realism. Investigator Izzat Maqsudov scrutinized Eynali Bey Sultanov's literary production along three axes: a critique of the feudal-bourgeois structure, disparagement of archaic customs and traditions, and censure of superstitions and religious morality, with a thematic focus on women's liberation. All narratives encapsulated within this domain overtly illuminate the educational crusade of the pedagogical writer. The thematic elements in Rashid Bey Efendiyev's narratives and the narrative structure in Eynali Bey Sultanov's stories emanated from the shared objective of both pedagogical writers. Research findings posit that Rashid Bey Efendiyev's and Eynali Bey Sultanov's stories can be appraised as exemplars of pedagogically realist creativity due to their distinctive content and formal attributes.*

**Key words:** educationalist, realism, prose, narrative, writer, Rashid Bey Efendiyev, Eynali Bey Sultanov.

**Introduction.** In the early 20th century, when examining the developmental dynamics of educational realist literature, we can observe the influential factors in the recent past and the events occurring in the contemporary era. The educational realist path formulated by Mirza Fatali Akhundzade in the mid-19th century, grounded in conceptual perspectives, concurrently brought about novel and distinct genres in our literature, ushering in innovations and revolutions in both literary and non-literary domains in the early decades of the preceding century. Educational realist writers consider education and reform as foundational forces in shaping human development, attributing high value to educational activities. They approach events through the lens of educational thought, striving to cultivate intelligent, discerning, and self-sacrificing individuals in line with the demands of the era.

"In educational thought, the position of humans in the universe holds particular significance. In this

concept, humans are centered as complete and intelligent beings..." [9, p. 40]. When examining the works of the classic authors and the environment that nurtured the writer as an educational realist, against the backdrop of ongoing events, we observe that a critical approach beyond intellect and rational thought, prioritizing "critique" over advice in new human upbringing, attracts attention as the primary aesthetic function of educational realism. Indeed, the factors contributing to the emergence of educational realism were the formation of a new worldview challenging feudal ideology and administration. The foregrounding of individuals differentiated by intellect and personal qualities shaped new perspectives on human and societal relations [5, p. 59].

**The degree of problem elaboration.** Scholars such as Mir Jalal [7], Firudin Huseynov [7], Isa Habibbeyli [10], Zaman Asgarli [2], Izzat Maqsudov [6], Elkhan Yurdoglu [9], Mehri Guliyeva [5], and

a number of prominent literary critics have investigated and presented significant scholarly contributions in accordance with their research directions on the creative works of educational realist artists Rashid Bey Efendiyev and Eynali Bey Sultanov.

**Objectives and tasks.** In Azerbaijani literature, the short story, having established itself, is one of the genres with strong foundations. Since the formation history of educational realist short stories coincides with the early decades of the 20th century, the elucidation of this literary phenomenon, determination of the basic poetic principles of the creative works of individual representatives of educational realist short stories, and defining future tasks have been set as goals.

– Analysis of the prose examples in Rashid Bey Efendiyev's creativity as educational realist short stories and investigation of their poetic characteristics;

– Examination of the genre-specific features of Eynali Bey Sultanov's educational realist short stories, research on the conformity of the stories to literary trends, and so on.

**Methods.** The article utilizes typological-comparative and structural analysis methods.

**Main section.**

**The Educational Realist Short Stories of Rashid Bey Efendiyev**

In categorizing the educational realists of the early 20th century based on their activities, a trend is delineated in the classification conducted by prominent researchers of the era: "...The third cohort of writers, however, focused on educational and pedagogical themes, engaging in the realm of children's literature. All the creative endeavors of these pedagogue-authors were tailored to align with the exigencies of educational institutions. These authors supplemented their pedagogical activities in schools with their literary pursuits. Our literary figures, deeming education, educators, and schools as paramount instruments in the enlightenment process, accorded substantial significance to educational work and diligently exerted efforts in this domain. Consequently, within the oeuvre of these writers, the advocacy for education, schools, and upbringing assumes a predominant position" [7, p. 232]. As one of these pedagogue-authors, Rashid Bey Efendiyev's literary output is particularly intriguing. Post-graduation from the Qori Teachers' Seminary, he dedicated his life to pedagogical pursuits, producing textbooks, contributing articles to contemporary periodicals, and creating works that propagated educational, pedagogical, scientific, and instructive ideals in both prose and verse.

Continuing the legacy of Mirza Fatali Akhundzade toward the latter part of the 19th century, he conveyed his convictions to readers, cognizant of the profound impact of such examples on the education of the masses, through the dramas he composed ("Blood Kin," "Tiflis Journeys," "The Miracle of the Beard," "Neighbor, If the Neighbor is a Stranger, the House Catches Fire," "The Enthusiast for Money," "Golden Rose," and others). Naturally, as an educationalist, he underscored the establishment of innovative school models, the inception of theater, and the alignment of educational activities with the exigencies of the contemporary world, consistently emphasizing the concept of education. In numerous poems such as "Emin's Enlightenment," "Invitation to School," "Pen," "Fortunate Children," "Seasons," etc., and in the representations tailored for students, he perpetuated the tradition of pedagogical-authorship. It is noteworthy that all these works are also scrutinized as exemplary pieces within the realm of children's literature.

"Although educational and critical realist literature addressed the same subjects with regard to depicting the subject matter, they diverged in terms of genre and stylistic attributes. The productions of educational writers, who juxtaposed education and ignorance, backwardness and cultural life, a dark past and a bright future, were more inclined toward tragic and dramatic tonalities. Authors who gravitated toward plots inspired by life predominantly explored the genres of short stories and dramas" [4, p. 15–16]. Genre diversity emerges as a salient aspect in educational realism. Advocates of this orientation endeavored to establish a more intimate rapport with readers by leveraging the potentials of the genre, aiming to convincingly articulate the ideals they espoused. In their prose compositions, they accorded particular significance to the narrative structure, laying the groundwork for the discernment of ideas and seeking an opportune path for the communication of educational ideals to readers.

In this regard, Rashid Bey Efendiyev's stories are distinctive. "These works exhibit minimal physicality and lack epic generalization. The author seems to narrate an incident he has seen or heard. In some writings ('Knowledge is an inexhaustible treasure,' 'The Clover Flower,' 'The Flaw and Art of Man'), ideas are conveyed candidly, with a journalistic tone, and resonate as dry advice" [2, p. 110]. Indeed, the level of physicality and the degree of conformity to the story structure in these prose samples can be a subject of debate. However, it should not imply that these miniature examples do not embody the charac-

teristics of educational realism or fail to meet existing requirements. The author utilizes the method of presenting an incident he has seen or heard precisely to establish a natural connection with the reader.

The content characteristics of the stories are similar. Within these stories, there is a scarcity of text types conforming to specific forms. Some are in a very concise format, while others are more akin to the commonly encountered story volume. Nevertheless, when looked at collectively, these stories, where ethical and educational ideas take precedence, visibly resonate as content soundtracks crafted with a focus on school-age children. If we categorize them based on content themes, there is a considerable representation of stories about animals or related to animals. These types of stories, being allegorical, create an impression of representational sensations conveyed through prose. However, they are not devoid of an allegorical understanding. Examples include stories like "Children's Adventures in the Forest," "Apple Tree's Adventures," "Story of the Cat and the Kitten," "Two Wolves and a Fox," "The Raven and the Sparrow," and so on.

In the story titled "The Benefit of Birds," the depiction of birds abandoning the village due to the mischievous actions of rural children, leading to the invasion of the vineyard by a wolf and insects, resulting in the destruction of fruits and vegetables and a decrease in productivity, is portrayed. The story is narrated in the third person. At the beginning of the story, the contradiction between the state of the vineyard at the time of the birds' presence and the current condition of the vineyard is precisely inflated by the educational realist writer with the aim of influencing the reader's upbringing. In other words, the teacher is conveying that children should refrain from such mischievous acts, as the consequence is detrimental to ourselves. "That year, autumn arrived. In that region, as before, yellow quinces and peaches did not appear, and neither black nor red grapes and apples ceased to exist, nor was a single bird's song heard" [1, p. 15–16].

The story "Impudent Child and the Ant" also concludes with a highly instructive finale. The author reflects on the bitter consequences of the traits that have evolved since childhood and later led to various problems, presenting the dialogue between the child and the ant, expressing the shame of the hardship the child experienced. A part expressed in the ant's language carries a significant moral value. "We are very organized and disciplined. There is no dispute, noise, or commotion among us. Laziness, theft, and villainy are unknown to us. We always obey our elders by following their orders. For our comfort and hospitality, we collectively fulfill the necessary

duties" [1, p. 75]. The unique understanding of a special finale, a requirement of educational realism, where endings usually conclude happily, achieving the desired outcome, is characteristic of Rashid Bey Efendiyev's majority of stories. Just as in the mentioned story, it concludes with the statement, "Finally, this child became a diligent one" [1, p. 75], confirming our observations. Renowned scholar Yashar Garayev, when discussing the finales of Mirza Fatali Akhundov's comedies, writes: "As it seems, the endings and the method of preparation and criticism of M.F. Akhundov's comedies are directly conditioned by his educational concepts and educational views" [3, p. 134]. The analysis of finales in the works of educational artists emphasizes the necessity of adhering to the laws of artistry, dramaturgy, and realism. If we apply the same approach,

We can evaluate not only the explicitly mentioned story but potentially all of Rashid Bey Efendiyev's stories as well, including the educational and instructive finales within the framework of the laws of educational realism. "Children's Adventures in the Forest," "The Spring," "Poor Jafar's Aspiration for Knowledge," and similar stories also find positive resolutions in education and the school system. In "The Spring," Mahmud Molla Ali is seen reading a book with the spring. Immediately, he decides to acquire a spring and learn to read books. However, when he realizes that this is impossible without knowledge and education, he turns to the path of the school.

Many of Rashid Bey Efendiyev's stories share either a direct resemblance or a very similar thematic alignment with the existing fairy tale plots compiled for children. "The majority of these works, which are mostly short stories, are written based on real-life events and incidents encountered in daily life; some are taken and modified from various literary-historical sources" [2, p. 110]. The content of stories like "Kids," "Wolf," "Liar," etc., resonates with fairy tales that are familiar from our childhood. Of course, the topics chosen by the teacher-writer must also have significant educational importance, serving as the main guideline for upbringing.

One of the painful themes in Rashid Bey Efendiyev's stories, which is also prevalent in the environment he lived in, is the critical depiction of "holy" beings such as mullahs, seyids, and dervishes, who become a burden to people under the shadow of their sanctity. The expression "May you be my son-in-law, my descendant of the Prophet," uttered by a gardener while chastising them, is a fragment from the story "Mullah, Seyid, and Dervish," where the gardener punishes all three for their wrongdoings, reflecting

the people's resentment in the story. Simultaneously, the story encourages people to be open and courageous against impostors who rob under the guise of religion.

### **The Manifestation of Educational Realism in the Stories of Eynali Bey Sultanov**

Izzat Magsudov has explored the literary creativity of Eynali Bey Sultanov in three directions: criticism of the feudal-bourgeois structure, criticism of old customs and traditions, sentiments, and religious morality, and the issue of women's liberation. All the stories included in this area vividly demonstrate the enlightening struggle of the educational writer. The themes in Rashid bey Efendiyev's stories and the consonance in Eynali bey Sultanov's stories originated from the common purpose of both educational writers.

In the story "Mullah, Seyid, and Dervish," the exposure of the "seyid" in another context seems as if it continues in the story "Seyids." Mirza Fatali Akhundzade emphasizes their intrigues, stating that they have nothing to do other than harming the people by "eating religious alms" and "roaming with turbans." The same situation is reflected in the story "Seyids," but the events reach more pathetic levels, and they do not hesitate to commit murders for their own interests. In general, when we look at educational realist works, we observe that they carry unique genre and stylistic features, often portraying dramatic and sometimes tragic endings.

Although they consider critical realistic literature as the same environment, problems, and subject matter of content lines, when fighting for their ideals, they highlight passages that will be improved by dramatizing characters and ongoing events, urging people to think and take steps without blind faith in everyone. We see this in the mentioned story as well. They kill the only child of the simple-minded village man Nurullah for forty manats. Here, the simplicity and ignorance of rural people, their indifferent attitude towards unfolding issues, lead to disasters. "...In the city, he knows where to go, but let your eyes be on him in the city... Here is my money, take it, I don't know if you will accept it or not?"

In the story "Seyidlər ocağı" ("Seyids' Hearth"), both Seyid and Ant burst into laughter.

"Well, may God's mercy be upon you, what a heavy offer not to accept it? I swear, my son, we'll take your son to the city in such a way that his spirit won't be harmed. Head over heels" [8, p. 212]. It is impossible not to perceive the irony in the language of Seyids, but unfortunately, the village man Nurullah cannot understand it. The similarity in the subject matter with the story "Seyidlər ocağı" (Seyids' Hearth) by Abdurrahim bey Hagverdiyev, another writer of the same period, also indicates the demand of that

time. Eynali bey Sultanov approached similar themes in stories such as "Dinsizin öhdəsindən imansız gələr" ("Those without faith against the atheist"), "Dinmi, unmu?" ("Has It Stopped, or Has It Not?"), "İnsanfsız kimdir?" ("Who Is Inhuman?"), "Çalma" ("Turban"), "Təzə pir" ("The New Pir" (Mosque)), and others, from different perspectives. The names of the last two stories can be considered as a "critical realist" story of an educational realist artist. The expressed ideas are deep, thought-provoking, instructive, and, at the same time, directed towards the improvement of society and individuals. In this sense, these stories are also in line with the principles of educational realism.

In the story "Çalma" ("Turban"), the narrative unfolds in the early 20th century, depicting the clash of idealism among the youth who received education in new schools against the deceit of naive mullahs and fanatics who deceive people under the guise of religion. There are two opposing poles – Mullah Ali and Mullah Tanriverdi, and the lawyer Jumshud, who tries to expose them. One of Jumshud's most criticized aspects is the attempt of the mullahs to say something in Arabic. Because not only the people understood them, but they themselves did not know what they were saying. "... Only the devil can understand the language of this kosa mullah. Does the nation that has achieved such success with this method want to bring them forward with this dish? Damn them and their knowledge... Hypocrites..." [8, p. 200–201]. However, despite the wrong methods of struggle, our youth end up with failures. In "Ölülər" ("The Dead"), what Iskender wants to do is repeated by Jumshud in "Turban", their common goal is to expose them, but their endings are different from what they want. Regardless of all their weaknesses, their struggle gives hope for the future, education, enlightenment, and progress of the younger generation. "Jumshud bey is a real force. At that time, in Nakhchivan and generally in Azerbaijan, there were many Jumshud beys who seriously resisted the preaching of the Sheykh Nasrullah" [6, p. 89]. The clear criticism in Jumshud bey's speech, the educational tendency, and the clarity of the goal give him the position of an educator.

The story of "Təzə pir" ("The New Mosque") addresses the issue of superstition, belief in totems, and similar themes prevalent in the works of Nariman Narimanov's "Pir," Abdurrahim bey Hagverdiyev's "Pir," Abdulla Shaiq's "Pirin kəraməti" ("The Miracle of the Pir"), etc. The narrative explores how these beliefs and superstitions occupy the minds of people, leading them into calamities and absurd situations. The author's main goal is to rescue people from ignorance by encouraging them to approach events with reason, thought, and courage.

In the story, believers in the "Pirkatangulu" mosque, including the sheikh's disciple Mullah Mohammed, seek help and healing from what they believe to be not just a donkey buried in the pir but a "holy warrior." This belief even leads to their finding solace. Ultimately, these pir figures, who gain fame worldwide, exploit and manipulate people, symbolizing the pitiful and naive faces of the ignorant masses. The author, a realistic educator, as in his other stories, strives to expose these manipulators by portraying characters in their own language, urging people to avoid falling prey to their schemes by eliminating ignorance and promoting ethical and spiritual development.

The use of the epigraph "Riyazi-dərüniyi-pərdə zi rindani-məst pürs (Hafız)" (Ask the intoxicated about the secret in the curtain's branch) at the beginning of the story is not coincidental. It suggests that the

era depicted had enlightened, wise, and clear-minded individuals who did not believe in such ignorance.

**Conclusions.** In the 19th-century Azerbaijani literary landscape, the emergent stylistic paradigm, genres, and stylistic features of enlightening realism found affirmation through its proponents. This trajectory persisted into the early 20th century, with adherents of enlightening realism demonstrating a penchant for a multifaceted employment of genres. Scholars within this movement frequently resorted to prose technologies and the narrative genre, deploying them for pedagogical and didactic objectives. Scholarly investigations suggest that the narratives authored by Rəşid bəy Əfəndiyev and Eynəli bəy Sultanov can be appraised as exemplars of enlightening realism, owing to their distinct thematic content and formal attributes.

#### Bibliography:

1. Əfəndiyev R. Seçilmiş əsərləri, Şərq-Qərb, Bakı : 2006.
2. Əsgərli Z. Rəşid bəy Əfəndiyev (1863–1942). Azərbaycan ədəbiyyatında tənqidi realizm və romantizm epoxası. Azərbaycan ədəbiyyatı tarixi 10 cildə VI cild. Elm, Bakı : 2022.
3. Qarayev Y. Seçilmiş əsərləri. Beş cildə. III cild. Elm, Bakı: 2015.
4. Qəhrəmanov S. Ədəbi-tarixi prosesin problemləri və istiqamətləri (XX əsrin 20-30-cu illəri). Filologiya üzrə fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün təqdim edilmiş dissertasiyasının avtoreferatı Bakı : 2018. 26 p.
5. Quliyeva M. XX əsrin əvvəlləri Azərbaycan hekayəsinin poetikası. Filologiya üzrə fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün təqdim edilmiş dissertasiyasının avtoreferatı. Bakı : 2019. 28 p.
6. Maqsudov İ. Eynəli bəy Sultanov: həyat və yaradıcılığı. Elm və təhsil, Bakı : 2016.
7. Mir Cəlal, Hüseynov F. XX əsr Azərbaycan ədəbiyyatı. Bakı : Maarif, 1982.
8. Sultanov E. Hekayələr. Bakı : Elm və təhsil, 2016.
9. Zariç S. Tarihəl kökeninden ülkelere göre türlerine aydınlanma felsefesi (çağı) ve Türkiye cumhuriyeti. Süleyman Demirel universitesi, Sosial bilimler enstitüsü dergisi, 2017/3, say 28, pp. 33–54.
10. Həbibbəyli İ. Romantik lirikanın imkanları. Bakı : Yazıçı, 1984. 164 p.

#### Алієва Т. ОПОВІДАННЯ РАШИД БЕЯ ЕФЕНДІЄВА ТА ЕЙНАЛІ БЕЯ СУЛТАНОВА В РАМКАХ ДИДАКТИЧНОЇ РЕАЛІСТИЧНОЇ ПРОЗИ

*У середині 19 століття педагогічно-реалістична парадигма, проголошена Мірзою Фаталі Ахундзаде та вкорінена в концептуальних перспективах, поряд із запровадженням новаторських та самобутніх літературних жанрів, породила трансформації та революції як у літературній, так і в нелітературній сферах у перші десятиліття ХХ століття. попереднього століття. Письменники-реалісти-просвітники надавали першочергового значення освіті та реформам, сприймаючи їх як грізні сили, що формують людський розвиток. Отже, вони високо оцінювали освітні зусилля. Творчість Рашид бей Ефендієва як педагога-автора надзвичайно переконлива. Діючи як продовжувач традицій до кінця 19-го століття, він сформулював свої ідеї в драмах, які написав, беручи до уваги глибокий вплив цих зразків на масову освіту. Безперечно, як просвітитель він наголошував на створенні нових навчальних закладів, започаткуванні театральних починань, узгодженні педагогічної діяльності з вимогами сучасного світу, підкреслюючи поняття просвіти. Розв'язки в окремих оповіданнях Рашид-бей Ефендієва, а ймовірно, у всіх його оповіданнях, що втілюють позитивні та дидактичні наслідки, можна оцінити в рамках положень просвітницького реалізму. Слідчий Іззат Махсудов досліджував літературну творчість Ейналі Бей Султанова за трьома осями: критика феодально-буржуазного устрою, приниження архаїчних звичаїв і традицій, осуд забобонів і релігійної моралі, з тематичним фокусом на звільненні жінок. Усі наративи, укладені в цю область, відверто висвітлюють освітній хрестовий похід письменника-педагога. Тематичні елементи в оповіданнях Рашида бей Ефендієва та структура розповіді в оповіданнях Ейналі бей Султанова впливали зі спільної мети обох педагогів. Результати досліджень свідчать, що оповідання Рашид-бей Ефендієва та Ейналі-бей Султанова можна віднести до зразків педагогічно-реалістичної творчості завдяки їх самобутньому змісту та формальним ознакам.*

**Ключові слова:** педагог, реалізм, проза, оповідання, письменник, Рашид Бей Ефендієв, Ейналі Бей Султанов.

*Aliyeva Sh. Sh.*

Institute of Literature named after Nizami Ganjavi  
of the Azerbaijan National Academy of Sciences

## CRITICAL REALISM AND IRONY IN JALIL MAMMADGULUZADEH'S DRAMA "THE DEAD"

*In the critical realism stage of realism, individuals are no longer criticized as a whole, but rather the community, social and interstate relations, cultural ignorance, and other factors that create problems for society. Representatives of the critical realist movement used the self-expression opportunities of the literary text rather than direct and open accusation. To this end, the masterful use of revelation, irony, and allusion has been a wonderful tool for conveying ideas. As we know, in critical realist literature, exposure plays an important role in revealing the inner qualities of the hero. In this study, more details are given about the role of irony in critical realist literature, focusing on how irony is an important part of exposure and how it reveals the inner qualities of the hero. Although there have been many studies on irony and its history until now, the reasons that give rise to irony and its usage methods have not been learned at an academic level, especially within the framework of works of critical realist literature. In Azerbaijani literature, Jalil Mammadguluzadeh is one of the leading writers who use irony in the richest ways in his works. According to the information obtained during the writing of the article and especially the norms found in Jalil Mammadguluzadeh's work "The Dead," which is called the most obvious example of critical realistic drama, the types of irony and the main means of expressing it are classified and stated. In this study, the concept of irony in Jalil Mammadguluzadeh's work "The Dead" is discussed in all its aspects. The humor that irony produces depending on its place of development and conditions, certain values, and the psychological factors that lead to such an expression of opinion are investigated in this study.*

**Key words:** public, open irony, critical realism, society, drama, Jalil Mammadguluzadeh.

**Introduction.** The quest to explore the fate of people, heroes, characters, and the nation at every stage of realism has been a perennial concern among romanticists, realists, and critical realists. Literature in Azerbaijan, under the realist genre, often includes satires and comedies aimed at landlords, lords, and high-ranking officials, showcasing their flaws and shortcomings. To safeguard the interests of the people, authors employed various methods, such as ridiculing them, harshly criticizing peasants and workers, highlighting their naivety and vulgarity, and taking a stern stance against superstitions and bigotry. These methods were used to awaken the masses from their slumber and mobilize them towards a common goal, thereby searching for an ideal positive hero to lead them. However, despite representing different popular segments, no such ideal hero was found. Instead, authors resorted to scolding the sleeping "intellectual", the ignorant, and the masses in ignorance and inertia through the language of the main character, urging them to awaken.

In Azerbaijani critical realist literature, exposing the inner qualities of the hero is of paramount importance. In all examples of this literary movement,

exposition serves different purposes. An article on the conditions under which irony occurs and why the author includes it in dialogues is further elucidated using examples from Azerbaijani literature.

### 1. Irony and Its Features in *The Dead*

Irony, owing to its mode of expression, possesses the capacity to suddenly escape an individual's conscious control under the influence of social or psychological factors, ultimately reducing their positive qualities to nothingness by rendering their existence vacuous and meaningless. In Marxist aesthetics, irony was viewed as an aesthetic alteration as well as one of the elements of comedy. Necip Tosun, in his work "Ironic Expression in the Story", elucidates that irony has undergone numerous changes throughout history, with each discipline (such as philosophy, theater, and literature) interpreting it from its perspective. "Plato, Aristotle, Georg Wilhelm Friedrich Hegel, Kierkegaard Soren, Friedrich Nietzsche, Johann Wolfgang (von) Goethe, Jacques Derrida, Umberto Eco, Milan Kundera, Terry Eagleton, Friedrich Schlegel, and Connop Thirlwall have all analyzed irony in terms of its conceptual dimensions, functions, importance, and unimportance, from their unique perspectives and the



*disciplines they represent. Some scholars have evaluated it as a rhetorical tool, some as a philosophical concept, and some as an indispensable element of art*" [11, p. 85]. The characteristics and features of irony as an element of the aesthetic category are particularly intriguing. Literary scholars have extensively and minutely discussed irony as a problem and object of research, with functional and empirical analyses being the preferred approach. The aesthetic properties of irony have only been mentioned in the artistic field.

The first individual who comes to mind when discussing the history of the emergence and application of irony is Socrates, whose use of irony had a different character. According to Socrates, who unveiled irony in ancient times, philosophy is the persistent pursuit of truth, and attaining the truth in this world is extremely difficult. This is because our senses are our body's tools for acquiring information and are therefore incapable of providing accurate and reliable information. Since he knew that the truth existed in our soul before the body, he argued that "*we must be cognizant of what we believe we know and strive to attain it, dedicating his life to spreading this idea*" [5, p. 87].

The "Socratic method" he employed was aimed at eliciting knowledge from people. In his debate with the sophists, Socrates used irony as a method of addressing their doubts and objections. The methods employed by Socrates in his dialogues were quite effective in opening up the other party's views and have always been effective in the dialogue tradition. This methodology consists of two stages:

- 1) The Ironic Method;
- 2) The Miotic Method.

Irony has been extensively researched and studied from different perspectives, such as philosophical thought, historical, functional, artistic, and the role it plays in comic structure. However, the factors and values that explain under what conditions and for what reason irony emerges and under what tensions it occurs were not included in the research from a psychological perspective. Although the general content of the definitions given by different researchers for irony is the same, there are variations due to its complex structure and frequent confusion with humor and satire. Moreover, "*its widespread use in everyday life makes it impossible to draw boundaries to irony*" [9, p. 92]. After conducting numerous studies, it is more accurate to define irony as the use of human voice, tone, and sometimes sarcasm, hidden under the mask of someone trying to be serious. Irony has an exceptional place in the artistic discourse of critical realist works and sometimes appears as an expression of emotional-expressive and aesthetic relationships in comedy.

Irony has an exceptional place in the artistic discourse of critical realist works, as it is a comedy method that sometimes appears as an expression of emotionally expressive and sometimes aesthetic relationships. The purpose of irony, which is done by saying the opposite, is not to have fun or laugh but to criticize. In this criticism, the ironist acts very naturally and does not lose seriousness. According to Turan Karataş [7, p. 140], in irony, which is cruel, obvious/perceived as mockery even though it is said seriously, or the exact opposite of what is said is meant, the ironist, with this serious attitude, makes his mockery and criticism very calmly but with humorous elements and presents his cruelty as a noble meal in a honey pot.

The person exposed to irony may not even realize that the ironist is being criticized for this tactic initially. However, it takes some time to understand. The person who is initially exposed to the irony laughs at his almost crying situation because of a logical distortion. With this logical distortion, he and those around him think that everything is a game and a joke. However, the situation is not as they thought. As Vefa Tashdelen stated in her work titled "Irony," they are criticized indirectly, through undertones: "*Irony is a logical distortion, an insinuation. Saying something but going beyond what you say means implying by what you say that you don't say it. It is a game, a joke, a satire, a criticism.*" [10, p. 53].

In Shefa Aliyeva's words "*the structure of irony, as an element of comedy, parody, grotesque, humor, and satire, expresses aesthetic attitudes.*" While irony shares similarities with these elements, it has its structure and unique characteristics that are shaped by experiences [1, p. 98]. Emotions play an undeniable role in evaluating the relationship between the subject and the environment. Irony, as a form of emotional expression and experience, logically compares and emotionally evaluates objects that it mocks. Such an assessment can positively contribute to self-determination and self-improvement, as well as the image of the person. Irony is characterized by a different, opposite attitude and approach to the world and society. It should look directly or indirectly at the world and society in a "naive" way.

The main means of expressing irony in philological literature can be classified as follows:

1. Paralinguistic means – gestural or kinetic [facial expressions, pantomime, gesture].
2. Intonation [stress, pause, timbre, melody of the human voice].
3. Means of expression following the lexical norms of the language often used during speech: epithets, metaphors, neologisms, archaisms, foreign expressions, etc.

Sometimes irony mediates communication between the author and the reader or audience in literary works. Depending on the writing order of the work, such situations can be reflected in the works either in the words of the author, in the detail contained in a comment, in a fine point, in an explanation within quotation marks [""], or an italic form for clarity, with a completely different font. The above classification does not belong to any particular author and is not limited to the division we have mentioned.

This classification was determined according to the information obtained during the writing of the article and the norms found in the works of Azerbaijan's critical realist drama. When we approach this issue from a different angle, we see that it is possible to divide irony into two groups: open and hidden. This occurs by identifying the main meaning, the idea, in the work.

In hidden irony, otherwise known as closed irony, the image avoids expressing its negative thoughts and skillfully transfers its weight and depth of content to words with a positive meaning. Thus, it is left to the reader's imagination to determine whether there is a completely different content underneath the irony that seems like a compliment.

In open irony, the hero expresses his thoughts not in a secret way, but in a simple, plain, and clear language that everyone can understand. As a matter of fact, in most cases, such expressions of opinion are not considered as an ironic approach, but as a realistic approach because they move away from metaphor and express the real meaning. What is interesting is that not the thoughts embodied in the work, but the hidden irony full of "sweet compliments" in the language, and the knowledge that another face lies under the mask, rank higher in terms of expression of thought.

It is possible to encounter types of irony in the period of palace literature. However, the use of irony for different purposes in Azerbaijani literature gained new importance in the XX century. In critical realist literature, the forms of expression of irony combined with the mastery of the author have caused the work and the play to deepen and increase its effect.

## 2. Irony and Its Features in the Dead

Jalil Mammadguluzadeh is one of the most prominent representatives of the critical realism movement. He is renowned for his extensive body of work in the field of dramaturgy, which showcases a diverse range of ideas and themes. Not only do they contribute significantly to the development of theater and performing arts, but they also enrich Turkish and world literature. Jalil Mammadguluzadeh's works are a response to the tasks and needs of the literature of the period. His sharp satirical language shook the feudal-super-

stition world, while simultaneously supporting the ideals of freedom with poignancy and enthusiasm. His work "The Dead" is a particularly strong example of revealing satire, with a hopeful outlook towards life, the future, and beauty.

In this work, he applied the new, realistic rules of dramatic arts, bringing innovations to the comedy genre of Azerbaijani literature at that time. The work covers a wide socio-historical subject, combining satire, tragedy, and similar elements. With these artistic principles, the drama writer creates an interesting, unusual, and attractive composition that had not been seen before in Azerbaijani literature. "The Dead" reflects the life and human landscapes of Azerbaijan with deeply artistic paintings at the end of the 19th and beginning of the 20th century. It has not lost its cognitive and educational importance even today. The fraudulent clergy, sheikhs, and hodjas in the work are typical examples of many Eastern countries where the old order prevails.

"The Dead" takes a descriptive stance against the world of violence and drunkenness, its predators and deceivers, and the "intellectual" ignoramus. This work of art reflects the basic features of Jalil Mammadguluzadeh's critical realistic style and sharp satire. *"It also reflected the successes of the "Molla Nasreddinchilar" literary movement"*, which started to gain strength at the beginning of the 20th century [4, p. 417]. In his work, Jalil Mammadguluzadeh tried to deepen the meaning of Iskander's monologues, including his speaking style during his performance on stage, to convey accurately the character's emotions and excitement to the reader and audience and to make the irony effective.

The protagonist of the literary work "The Dead", Iskander, was educated in France but chose to feign drunkenness upon his return to his homeland, due to his belief that it was impossible to alter his family's behavior and thoughts. Despite his inebriated facade, Iskander was a highly intelligent and modern individual. His cleverness allowed him to reveal truths that sober individuals were too afraid to articulate. Iskander's seemingly drunken utterances were enough to instill fear in Sheikh Nasrullah, who was similarly intelligent but chose to deceive the uneducated masses. In their dialogues, Sheikh Nasrullah expressed admiration for Iskander's intellect and intelligence from their very first exchange but was simultaneously intimidated by him.

The protagonists of "The Dead" are known for their use of both overt and covert forms of irony, making them a noteworthy example in Azerbaijani literary studies. They successfully combine these two types of irony, resulting in a compelling literary work.

"*Sheikh Nasrullah [to Iskander]. Do you have a job too or not?*

*Iskander. No, I don't own anything. These masters are the holders of authority. [shows Haydar Bey and Aligulu Bey]. I am the only rosehip flower among these fruits.*

*Sheikh Nasrullah [Iskander]. It turns out that your lesson was less than that of these masters and you could not reach a position.*

*Iskander... Yes, yes, these are rivers of knowledge. And now, with God's permission, they will learn from you the knowledge of resurrecting the dead, and then they will become even smarter men, God willing!"* [3, p. 399].

The initial conversation between the protagonists in the story highlights the impact of Iskander's covert irony on his interlocutors. Despite his outward appearance as an uninformed individual, Iskander deftly assumes the role of an ignorant and irreligious person in front of others. Paradoxically, his use of irony exposes the true nature of genuine ignorance while simultaneously mocking those who lack self-awareness. Although those around him assume that he is inebriated, Sheikh Nasrullah recognizes the subtle danger that Iskander represents. Kierkegaard's notion of irony is premised on the ability "to criticize negative aspects while simultaneously revealing the correct formula for doing things the right way" [8, p. 289].

Irony can be both destructive and constructive, as it dismantles while simultaneously building up the very thing it is destroying. Its ultimate aim is to reveal the good, the beautiful, and the truth. Irony expresses these concepts through their opposites, and does so in a manner that is both humorous and unobtrusive. Iskander, too, deploys irony for different purposes, drawing on the insights of both Kierkegaard and Socrates. His probing questions often leave his interlocutors feeling exposed and uncertain of their own knowledge. Irony as being on the road but going in the opposite direction, rebelling while surrendering, laughing while crying, rejecting while approving, and hiding anger in happiness.

Iskander uses his drunken persona to engage with people, allowing him to offer advice to his relatives and criticize those who "engage in fraudulent or morally questionable behavior" [2, p. 221]. Although his speeches are often dismissed by the unenlightened as the ramblings of a drunkard, Sheikh Nasrullah and the teacher recognize his intellectual acuity. Both overt and covert forms of irony are evident in the dialogue between the main characters.

In this work, after encountering Sheikh Nasrullah in the cemetery and exposing him with poisonous

words, Iskander's deeply sarcastic speech addressing the graves adds a different richness to the work. The author uses sentences and notes, such as "In a gentle voice" or "in a deep voice", "damn you, get out", "the world is full of nine-year-old girls, a hyena-like you belong in the grave," etc., to portray a typical, realistic scene in full detail before the eyes of the reader and the audience, helping them to hear the narration and irony.

Jalil Mammadguluzadeh, the author of the work, was not against Islam, but rather against the administrative system that led the people to ignorance and superstition, and especially the invading regime that was interested in spreading superstitions. Since this regime gives a wider field to the fraudsters, not the clergy, they are the audience targeted by the author. Mammadguluzadeh's realism is characterized by bringing both religious people and intellectuals to the fore as separate images and strengthening the exposure by creating socially grouped images. By exposing similar genres, the author tried to deepen the social satire in the work and increase its impact.

*"Iskander [laughs behind the teacher]. Mirze, don't go! Don't go and see death, come and teach Celal knowledge. He should study and become a scientist.*

*Celal [approaches Iskander]. Brother, give me my book.*

*Iskander [very loud and angry]. You can go to hell!*

*Celal gets scared and runs to the door. [After looking for a while, Iskander goes and sits on his bed and takes out a bottle of vodka from one pocket and a small glass from the other pocket, fills it, and starts drinking it, then opens the book and looks at it]* [3, p. 398].

In the same literary work, there is another example of a character who has an interesting monologue with inanimate objects and books. Iskander finds it easier to talk to someone who cannot reply. Although it is often written in literature that Iskander wears a drunken mask because he is afraid, this is not true. Iskander, who is highly intelligent, believes that speaking the truth while drunk will reach more people. This idea turns out to be correct, as his words and ideas spread quickly among the masses, even though the majority of people mock him. Educated people, on the other hand, understand the depth of Iskander's lines and realize how intelligent he is. Iskander believes that adults are not guiding young people correctly, and this is evident in the monologue he speaks while addressing the book below.

*Iskander [to the book]. I know you. I read you a little too. 15 years ago, I also read about you in that room. "Malikra ten nisihat sudmand amad wa az sari-khuni-u dar gysham" [in Arabic]. My teacher would advise me, son, to study hard and prepare well for*

*your lessons. But I have never heard anything from any of these ignorant people saying, "Son, be a man." You meet everyone, you hear about it, you study science, you become a scientist. But no one can explain to me, what does this science mean? Science tells him that now someone should put this bottle on his head and drink it all. Chamfer! Puff! [turns his face]. Look, science – that's what they call it [3, p. 397].*

In Jalil Mammadguluzadeh's drama *"The Dead"*, irony has gained a different dimension thanks to the author's mastery and ability to use words appropriately and timely.

*"Sheikh Nasrullah [to the pilgrims]. Mr. Haci Hasan, please get this rude guy out of here! These apostates mock the wisdom of Almighty God.*

*"Iskander [Sheikh Nasrullah]. Sheikh Bey, you should be thankful that I drank wine. If I don't drink wine, I'll be sane; When I come to my senses, I suddenly open my eyes and see a mujtahid coming to our city and buying our little girls every night with the promise of resurrecting the dead. Ha... ha... ha!... Let me die! If you are not a coward, give up! Hahaha!" [obvious irony] [3, p. 400].*

Sheikh Nasrullah, who believes he can deceive others with the promise of resurrecting the dead, is made aware of Iskander's intelligence and alertness following their initial conversation. Consequently, he attempts to dismiss Iskander with various excuses and portray him as godless in the eyes of others.

Throughout their dialogue, Iskander frequently adds humorous elements to serious ideas, often repeating the phrase, *"Let me die!"* while also challenging Sheikh Nasrullah's claims. The use of irony in the drama increases with the inclusion of the sentence *"Ha...Ha...Ha!"* This form of ironic expression is rare in other playwrights' works. Irony is a critical attitude that employs mocking, sarcastic, or even ridiculing language. While it appears to affirm and approve at first, it ultimately negates and denies. Its approval is a deceptive gesture, and its negation is a form of ironic timidity.

As a result, it is a form of discourse that necessitates more than plain logic and expression; it necessitates a certain level of intellectual knowledge, competence, and ability. Direct criticism can be done by anyone, while the indirect logic of irony necessitates talent, experience, intelligence, and mental competence. Because of its oppositional logic, the defeated person realizes their defeat over time rather than immediately. *"The poisonous satire of irony has a cumulative effect that is felt over time, making it a very powerful tool that causes increasingly greater distress"* [10, p. 54].

Depending on whom the irony is addressed to, types are distinguished, namely internally directed [irony directed at oneself] – that is, introvert, or external irony directed at the audience, that is, extraverted.

*Teacher [to Iskander]. Goodbye, Mr. Iskander. It's good you came. Please tell Mirze Celala to take the lessons seriously.*

*Iskander [sits on the bed]. Okay, okay, I'll tell you. But who will listen to me? Even God's dog doesn't listen to me. No matter how much I tell him, he won't get in. Ha... ha... ha... [laughs loudly] [3, p. 396].*

The irony here is extroverted, that is, extravert irony that everyone around can hear.

Jalil Mammadguluzadeh employed the ironic and maieutic method of Socrates to continue his discussions in this work. Irony, as a rhetorical device, can have derogatory undertones, and the ironist's use of various disguises can obscure their intended message. After an initial sense of exaltation and freedom, individuals may become captive to the power of the ironist. The ironic implication of ideas rather than their explicit statement creates an element of surprise that is both captivating and ironic. The irony of a moment can be the most satisfying feeling, even in the face of potential collapse. In *"The Dead"*, the protagonist Iskander stands out among the heroes of the 20th century as a distinctive personality due to his unique language and ironic statements made while pretending to be drunk.

By drawing from Socratic ideas regarding irony, Mammadguluzadeh created a character like Iskander, who has become an unforgettable figure in literature. Iskander's ability to engage in conversations with all types of people using irony, his lack of responsibility towards his state and people, and his absence of civic affiliation make him a revolutionary figure by way of what he does not do. Iskander's connections with others are fleeting, created only through the looseness of irony, and he prefers them that way. He never reveals his true thoughts, instead preferring to maintain an air of mystery.

*If these arms had the strength of Rustem Pehlivan, I would grab your feet and throw you to the skies, you would come upside down and break into pieces like a bald watermelon... I swear, I wish I had it... If I had the same knowledge as Sheikh Nasrullah, I could talk to the dead sleeping here! Ah! If it were, I would turn my face to this cemetery and call out: [very loudly]. Dead! [slightly lower]. All those who followed this saying took their children out of the grave and asked, "What do you say, Skanderbeg?" they would ask. Then I would leave the following legacy to these deceased; I would tell them: [yells, facing the cemetery]. Dead!*

[again, a bit low]. *One day Sheikh Nasrullah will come and stand over your head and recite prayers and call out loudly: [loudly]. "Rise, O faithful servants of God!" [He paused a little, a little low.]* [3, p. 406].

Iskander's monologues are an example of introverted irony, while the irony used in the rest of the play is mostly outward-facing. The dialogues between Sheikh Nasrullah and Iskander provide clear examples of different forms of irony in Azerbaijani drama. Linguists and literary scholars define two types of irony: ironic stylistic devices and ironic thoughts. They suggest that these two types are better understood as features of irony, as they form the basis of the meaning of irony. In the 20th century, the problem of identity and individuality became the center of broad social relations, and people's spiritual worlds began to grow more complex.

Critical realism's approach to life and society formed the basis of the psychological process during this period. Irony, as a form of expression of artistic and philosophical thought, tries to show a comic or dramatic situation aesthetically. Irony requires two conditions for its emergence: a spiritual-emotional state and the creation of a symbolic form with rhetorical expressions. "*Derived from the Greek verb εἰρωνεία [eirōneía], irony or reversal involves expressing something that appears to mean one thing but means its opposite*" [6]. It is a rhetorical style and a literary technique that can be categorized into three types: verbal, dramatic, and situational irony. These types of irony are often utilized to emphasize the intended meaning. Nuances of meaning in the work and how it conveys the idea to the reader and audience can divide the types of irony. Irony can add harmony to the work and convey the idea effectively. Therefore, it is a valuable tool for communicating ideas in both business and academic settings.

**Comic irony:** This type of irony is often accompanied by humor. It reflects an attitude mixed with irony towards the world, its social and spiritual elements, the society in which the character embodies positive ideals, and sometimes hatred.

**Satirical irony:** Unlike satire, social violence is criticized and strongly condemned, and on the other hand, thoughtless promotion of spiritual and religious dogmas is mocked.

**Tragic irony:** Dramatic results achieved at the expense of deceptive appearances. We can also see this type in the expression of thoughts or intentions of a person who is a victim of events.

Critical realist literature, particularly the dramas of Jalil Mammadguluzadeh, offers examples of diverse forms of irony. In his classic work, "The Dead", the

author resists the injustice and unfairness he witnessed throughout his life by employing irony in line with the demands of the time. Iskender, the primary protagonist, is a rare character in Azerbaijani literature who can expertly employ comic, satirical, and tragic irony simultaneously. Mammadguluzadeh's adept use of language and lines not only enhances the readability of the work but also contributes to its style and appeal to readers of all ages. Despite being over a century old, his dramatic works continue to be read and studied, providing future generations and scholars with an opportunity for fresh investigation.

**Conclusions.** The analysis of Jalil Mammadguluzadeh's literary work entitled "The Dead" has led to the categorization of various types of irony. This systematization can be extended further by incorporating other examples from the author's repertoire and other literary movements. After conducting thorough research, several types of irony have been identified, such as verbal irony, situational irony, dramatic irony, critical irony, comic irony, tragic irony, nihilistic irony, paradoxical irony, gentle irony, impersonal irony, and cosmic irony. It is essential to note that irony, like any other mode of communication, can be misinterpreted, leading to serious consequences. Misunderstanding or misconstruing irony can result in a completely different interpretation of the author's message. It is crucial to use irony carefully and appropriately, and even the most subtle elements of irony should be identified by readers.

In Jalil Mammadguluzadeh's work, the use of irony by different characters is of significant importance. Regardless of age, perspective, or worldview, an excessive use of irony may damage the artistic and harmonious nature of the work. Proper use of irony in the right place enhances the effectiveness of the literary piece and adds value to its content. Identifying the types and features of irony used in a work, including whether they are open or hidden, enables readers to clarify the work's meaning. In critical realist literature, characters often employ caustic and ironic dialogue that blends drama, satire, and tragedy, thereby lending the narrative greater depth.

The ability to identify the various forms of irony utilized within a literary work is crucial in appreciating the piece. Irony serves to add intrigue to the work, regardless of whether it is overt or subtle. In critical realist literature, characters often employ caustic and ironic dialogue that blends drama, satire, and tragedy, thereby lending the narrative greater depth. Familiarity with the different types of irony enables readers to glean the author's intent with greater clarity. Prose

writers or playwrights use irony to draw the reader's attention to the main idea and content, to establish the rhythm of the action and the flow of the repetition. This article analyzes open, hidden [closed], extraverted, introverted, dramatic, satirical, and tragic irony types through artistic examples.

Throughout history, irony has been used in rhetoric, philosophy, art, literature, and daily life, and has undergone many definitions. In essence, it means telling the truth by implying, in a sarcastic style, from a critical perspective. Ultimately, irony has achieved its real power through literature.

#### Bibliography:

1. Əliyeva Ş. Tənqidi realist dram əsərlərində ekspressivliyin parametrləri. Bakı : Sumqayıt Dövlət Universiteti, *Konfrans materialları*. 2021. № 6. S. 98–100
2. Qarayev, Y. Azərbaycan realizminin mərhələləri. Bakı : Elm, 1980. 260 s.
3. Məmmədquluzadə, C. Əsərləri. Dörd cildə. IV cild. Bakı : Öndər Nəşriyyat, 2004. 472 s.
4. Aliyeva Ş. Eleştirel gerçekçilik ve çağdaş edebi-teorik bakış. Albania : Beder University. 2015. S. 417–421
5. Çayan E. Sokrates' in İronisi. URL: <https://www.hisculart.com/post/sokrates>
6. Kadir, K. Edebiyatta Tersinme/Üslubu't-Tehekküm Sanatının Arap Dili ve Edebiyatında Bazı Örnekleri. URL: <https://dergipark.org.tr/>
7. Karataş, T. Edebiyat Terimleri Sözlüğü. Ankara : Akchag Publications, 2004. 238 s.
8. Kierkegaard, S. İroni kavramı. İstanbul : İsh Kultur Yayınları. 2004. 307 s.
9. Sağlık, Ş. Bir Porte ve Türk Şiirinde Dokuz İronik Söylem. *Edebiyatta Paradoksun Biçimi İroni-1*, Hece, 2007. 124 s.
10. Taşdelen, V. İroni Edebiyatta Paradoksun Biçimi İroni-1, Hece, 2007. 124 s.
11. Tosun, N. Öyküde İronik Anlatım. *Edebiyatta Paradoksun Biçimi İroni-1*, Hece, 2007. 124 s.

#### Алієва Ш. Ш. КРИТИЧНИЙ РЕАЛІЗМ ТА ІРОНІЯ В ДРАМІ ДЖАЛІЛЯ МАМЕДУЛУЗАДЕ «МЕРТВІ»

*На стадії критичного реалізму критикуються вже не окремі особи в цілому, а радше спільнота, соціальні та міждержавні відносини, культурне невігластво та інші фактори, які створюють проблеми для суспільства. Представники течії критичного реалізму використовували можливості самовираження художнього тексту, а не пряме і відкрите звинувачення. З цією метою майстерне використання одкровення, іронії та алюзій стало чудовим інструментом для передачі ідей. Як відомо, у критичній реалістичній літературі викриття відіграє важливу роль у розкритті внутрішніх якостей героя. У цьому дослідженні докладніше розповідається про роль іронії в критичній реалістичній літературі, зосереджуючись на тому, наскільки іронія є важливою частиною викриття та як вона розкриває внутрішні якості героя. Хоча досі було проведено багато досліджень іронії та її історії, причини, що породжують іронію та методи її використання, не були вивчені на академічному рівні, особливо в рамках творів критичної реалістичної літератури. В азербайджанській літературі Джаліль Мамедгулузаде є одним із провідних письменників, які найбагатше використовують іронію у своїх творах. Відповідно до інформації, отриманої під час написання статті, і особливо норм, які містяться у творі Джаліля Мамедгулузаде «Мерці», який називають найбільш яскравим зразком критичної реалістичної драми, класифіковано види іронії та основні засоби її вираження. і заявив. У цьому дослідженні концепція іронії у творі Джаліля Мамедгулузаде «Мертві» обговорюється в усіх її аспектах. У цьому дослідженні досліджується гумор, який породжує іронія залежно від місця його розвитку та умов, певних цінностей і психологічних факторів, що призводять до такого вираження думки.*

**Ключові слова:** публіка, відкрита іронія, критичний реалізм, суспільство, драма, Джалілі Мамедгулузаде.

UDC 82

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/15>

**Babasoy U. A.**  
Khazar University

## EXPLORING POSTMODERN AESTHETICS IN THE NOVELS OF HASAN ALI TOPTASH

*This article delves into the literary contributions of Hasan Ali Toptash, a prominent figure in Turkish literature known for his pioneering work in postmodernism. Drawing upon textual analysis and literary criticism, the paper examines how Toptash navigates the boundaries between poetry and prose, blurring traditional distinctions to create a unique narrative voice. Each novel examined presents intricate narratives that explore existential questions, the interplay between fate and free will, and the complexities of human existence. Toptash's early work, particularly "Point to Endless", sets the stage for his subsequent exploration of postmodern themes and techniques, such as deconstruction, intertextuality, and magic realism. In "East of Dreams", Toptash continues his narrative based on tales and epics, introducing a postmodern tone as characters navigate through stories within stories. The novel intertwines magic realism and postmodern aesthetics, mirroring the approach seen in "Unsympathetic". "Heba" delves into parallel timelines, metatextuality, and re-examination of values, portraying a tragic narrative that echoes both realist and postmodern concepts of social function. Toptash employs a postmodern method to connect readers with the inner world of the protagonist, creating a delicate balance between reality and artistic imagination. The essay also explores Toptash's engagement with other literary traditions, such as the Arabian Nights, evident in his novel "One Thousand Sorrow Enjoyment". Here, Toptash deconstructs traditional narrative structures, inviting readers to participate in the storytelling process and challenging conventional notions of authorship. This essay illuminates Hasan Ali Toptash's significant contributions to Turkish literature, particularly in the realm of postmodern fiction. At the end of the XX century and the beginning of the XXI century, Turkish literature studies were interested in Toptash's creative work. Through his innovative narrative techniques, thematic depth, and engagement with diverse literary traditions, Toptash challenges conventional notions of storytelling and expands the boundaries of the social function of literature.*

**Key words:** Hasan Ali Toptash, Turkish literature, Postmodernism, Intertextuality, Metafiction, Game Aesthetics, Social Function.

**Introduction.** "Modernism – is a trend and ideology that asserts the authority to instigate change and reject established norms" [1, p. 7]. Hermann Broch's novel "Vergil's Death" stands as a pivotal and foundational work within the realm of negating modernism. It reflects characteristics such as intelligence and an existential attitude, inherent to modernism. Upon reassessment, the novel encapsulates numerous elements emblematic of postmodern literature, particularly in its critical examination of the past. In its fusion of modernist and postmodernist qualities, "Vergil's Death" shares common ground with James Joyce's "Ulysses". "After Broch, Joyce is the greatest novelist of European literature and "Vergil's death" is the real fact after "Ulysses". It shows whose game aesthetics is technically developed" [2, p. 480].

James Joyce's "Ulysses" is a 20th-century deconstruction of Homer's "Odyssey". Similarly, in describing Vergil's final moments, Hermann Broch establishes a connection between the pre-era and the 20th cen-

ture. Despite changes in time and place, human emotions and perceptions remain constant. Broch employs an ironic perspective on history, reflecting the negation of the past through the socio-political and socio-economic portrayal of Vergil and the Roman Empire. The social function of the novel does not align with a singular thought or idea but draws upon both modern and postmodern writing techniques.

"Vergil's Death" emerges as a distinctly modernist novel, characterized by a polyphonic social function. However, its use of polyphonic techniques, game aesthetics, intertextuality, and historical re-assessment align with postmodern canons of social function. Despite this convergence, the inherent diversity in their overall structures cannot be disregarded. "Modernism demands the existence of eternal unity and entirety of the literary work, mind to form the whole by joining all of its parts. Postmodernism doesn't aim to unit it, tends to the stylistic and thematic difference, explains the linguistic and ideological controversies of the work" [3, p. 178].

In the beginning of the XX century favours to Europeanization in Turkish prose increased. With Ahmet Hamdi Tanpinar's novels "A Mind at Peace" and "The Time Regulation Institute", the modest Turkish socio-political life and hopeless situations are presented in a modern style. "I find in Tanpinar Turkish renaissance, reform and enlightenment potentiality and I lay claim that this will form the intellectual bases of the Turkish modernism" [3, p. 228]. In fact, the social function direction of modern thinking and postmodernism was laid by Tanpinar. After all Yusuf Atılgan makes modernism to reach the existential level in Turkish prose with his novels "Motherland Hotel" and "An Idle Man". The modernist and postmodernist conception of the social function was prepared theoretically and practically by Oghuz Atay. After Atay Ferit Edgü's "A Season in Hakkari", Latifa Tekin's "Dear, Shameless Death", Nazlı Eray's "Sleep Station", "Oh, Mister, Oh. The Queue for Kissing a Girl", "Love does not Live Here Anymore", "Café Parrot in Love", Bilge Karasu's "Night", Güneş Dal's "A Courtier in the Factory", "The Fleeced Monkey", Adalet Agaoglu's "Summer's end", "Three-five Persons", "No", "Shivering of the Spirit", "High Tension", "The First Sound of Silence", "Ways of Defending Life, "A Romantic Vienne Summer", "Specialist on Pain Listening", Hilmi Yavuz's "Fehmi K's Strange Adventures", Pinar Kur's "A Criminal Novel", Elif Şafak's "Love", "Havva's Three Daughter", "Iskender", "My Master and I", Alper Caniguz's "Sweet Dreams", "Sons and Suffering Souls", "Secret Agency", "The Flower of Hell", Murat Mentesh's "Don't Worry, I'm Here", "The Double's Dilemma", "Ruhi Mujerret", Emrah Serbes' "The Last Excavation", "Every Touch Leaves a Trace", "Predestined Losers" novels create modernist and postmodernist conception of the social function in Turkish literature. Ahmet Altan, Peride Jalal, Nedim Gursel, Erhan Bener, Selim İreli, Erenduz Atasü, Ayla Kutlu, Mustafa Kutlu, Nazan Bekiroglu and Buket Uzuner applied the innovations of modernist and postmodernist prose to their works. And Iskender Pala in his novels written in the result of historical investigations opens a door to alternative history and ideas. Pala's novels like "Death in Babylon, Love in Istanbul", "Legend", "Gatreyi-matem", "Fire", and "The King and Sultan" own postmodern elements from the viewpoint of creating an alternative history.

**The main problem.** The postmodernist conception of the social function is practically reflected before the notion of postmodernism. Though the theoretical conception of postmodernism was formed in the 60s–70s of the XX century, we come across to the appearance of primitive postmodernism in the crea-

tivities of Marcel Proust, James Joyce, Frans Kafka, Robert Musil, and Hermann Broch at the beginning of the century. To pass from modernism to postmodernism the aesthetics become fully active. Postmodernism is presented as an imperative and a demand. In elucidating the motivation behind delving into postmodern philosophy, Charles Baudelaire asserts that the process of postmodernization has arisen as a necessity. He states, "I embrace the postmodernization of literature as the profound transformation of meaning in the 20th century, akin to a second revolution, and willingly shoulder the responsibility" [4, p. 216].

Consequently, not only were they the architects of modern aesthetics, but they also tangibly embodied the characteristics of postmodern literature. This is because, from the early 20th century, a new style and disposition were introduced into the ongoing modernism process initiated in the 19th century.

Proust interprets a new character and semiotic view to meaning and semantics. From this point of view, the postmodernism process begins at a lower level. But the game aesthetics of social function and amusement appeared in classic prose via similar and common features with postmodern aesthetics.

Hasan Ali Toptash is one of the Turkish writer who is the creator of the postmodern conception of social function. Hasan Ali brings anomalous poetic language structure to Turkish literature. He creates a new stage in Turkish prose with his novels as "One thousand sorrow enjoyment", "Unsympathetic" "Heba", "The book of the lost dreams", "Birds cry", "Point to endless", and "East of dreams".

The book of "Point to endless" is the result of author's style created on the border of poetry and prose. The border of poetry and prose expresses a romantic truth. Existence and time are the head hero of the novel. Teller speaks about life, seclusion and cheerlessness. Is it the fate to be between health and illness, integrity and subordination? Do all the events which a human meets are his election or his fate written by God? The novel puts an ancient as humanity and difficult existential questions. He speaks the hero's sorrow life on a musical and rhythmic style. At this moment a postmodern language appear which created on the border of poetry and prose. Toptash creates postmodern language in his first novel "Point to endless". After this novel he engrains all the features of postmodernism to his works. In each word, expression and sentence of the novel the hero-teller create a poetic system. "The rumbling of the bus is still in my ears" [11, p. 13].

Following the novel "Point to Endless", a romantic and mystic prose takes shape with "Unsympathetic". The characteristics of magic realism intertwine with the poetics of postmodernism. Through the expres-



sion of a magical tale, deconstruction, intertextuality, pastiche, and postmodern features unfold. The existence and non-existence of the inhabitants of the shadowless, rootless village remain unknown, bearing a resemblance to Juan Rulfo's novel "Pedro Páramo". Similar to "Pedro Páramo", readers completing "Unsympathetic" contemplate the reality of the village's inhabitants. However, "Unsympathetic" diverges from Rulfo's work as it withholds information about the people's lives and deaths, making it impossible to trace the plot and events of the novel. "There is no plot in the novel of "Unsympathetic" which consists of forty-seven parts and there many anomalous, disappears" [12, p. 1871]. It is revealed in Juan Rulfo's novel "Pedro Páramo" that everyone in the village is, in fact, deceased. The narrative unfolds with the disappearance of the most beautiful girl in the village. Each day, the village leader accuses Jannat's son of being responsible. However, one day, Jannat's son discovers the girl in the forest and brings her back to the village. Despite the village's assumption that Jannat's son had kidnapped the girl, the truth reveals a different story. The village leader was the actual kidnapper, subjecting the girl to assault. A legendary belief persists in the village that beautiful girls are kidnapped by bears. Notably, there is a textual connection between "Unsympathetic" and Gabriel García Márquez's "One Hundred Years of Solitude". In Márquez's novel, a child is born half lizard, while in "Unsympathetic", a child is born half bear. Jannat's son, the protagonist of the novel, represents the postmodern affirmation of Adam and Eve's sin.

Jannat's son who is suffering and despised is exposed to postmodern approachings. It is the production of the writer who says that "Unsympathetic" and "The book of the lost dreams" novels "are the most important form and structure for me"... According to his multifarious structure it is possible to say that Hasan Ali Toptash is a postmodern modernist for" [6, p. 169]. Although Toptash's novel creative work differs from Oghuz Atay there is a similar aesthetic unity of their postmodernist and modernist features. Atay's and Toptash's creative works have a middle feature in the revolution of consciousness of modernity, transformation and excisional inquiries. The novel chain proper to the triangular of writer and text together with poetic language and figurative thinking reader, and all the components of the social function of the text are continuing. Each of his new novels Toptash changes the literary expression of social function. He creates a new form and structure. The language becomes fluent, clear, and rhythmic form. In the novel of "The book of the lost dreams" the teller

is a chaled called Hasan. Hasan and his friend Hamdi go to the club of the village for to watch a new film. When they watch the film it is known that there are many relationship between the events exist in the film and the events which the people of the village lived.

The realms of cinema and the novel converge seamlessly in the novel "The Book of Lost Dreams". Toptash's narrative is enriched by his adept incorporation of visual elements, underscoring the intricate relationship between literature and other art forms prevalent in postmodern literature. The interplay of parallel timelines, fragmented events, cohesive ideas, and an inherent openness to probability all contribute to the postmodern artistic expression, serving a significant social function. "Already I took the lamp from corner. It was on the dump and trembled without resting, and as it turned out, he soon turned to the shadows inside the room and immediately turned them into strange creatures. Suddenly I saw my mother. I saw her sitting calm, trembling low among the shadows. I surprised" [9, p. 281]. On this stage, Hasan experiences a surprising revelation when he discovers his mother at Hamdi's house. This marks a moment where reality fractures, revealing how delicate the boundary between existence and absence can be. Inquiring about his mother from Hamdi, Hasan is met with a peculiar response as Hamdi claims not to know her. This peculiar exchange serves as a method employed by the writer to divert attention from the tragic events unfolding in the village. It highlights the idea that the true identity of someone you believe to know well can be unsettling. By presenting such possibilities and opening the door to the unknown, the narrative seeks to unravel the reality of the events, thus expanding the social function of postmodernism.

"One thousand sorrow enjoyment" and "East of dreams" novels shows the poetry of tale. "One thousand sorrow enjoyment" novel is the deconstruction of "Min bir gece". The hero of the novel is Aliaddin. Toptash walks in Istanbul with Aliaddin. There is no an event, hero, time, place and teller in the novel. It is emphasized that writing is a delightful enjoyment of one thousand. Aladdin and people like him are fighting for everlasting, permanent existence outside of life and time. The best way to get out of life and time is to write. Writing and telling. The teller speaks one thousand various tales but don't complete them. The reader has to continue the other part of the story with a style and reality belong to himself. Probability aesthetics of postmodernism are repeated on every page of the text. With its pastish, parody, intertextuality and metatextuality "One thousand sorrow enjoyment" is the postmodern form of existing in the

writing. It is the successful example of the aphorism of “Scientist can forget but the pen cannot” in art literature. All the features of postmodernism are reflected in the novel. “Art is a creative work. Creative work isn’t the repetition of ancient. This is to create new compositions and structures with new form subjects that reflect the reality of the period. Cervantes, Shakespeare and Gете are great because they were new experiments in their own times” [6, p. 208].

John Barth’s novel “Chimera” attracts the views for game aesthetics, intertextual and metatextual features of postmodern poetics. In order to preserve game aesthetics of the novel, Barth poetizes details belonging to mythology and folklore. “Chimera” (149) consists of ternary novellas. The first one is related to the name of Dunyazad, the sister of Shahrizad – the hero of “One Thousand and One Nights” stories. The second one is Persephone’s story – daughter of Zeus and Demetra according to Greek mythology. The third novella carries the legendary being Chimera’s killer Bellerophon’s name. “The Thousand and One Nights” is the text that lots of postmodern writers made interrelation after John Barth. In Turkish literature, Hasan Ali Toptash also makes interrelation with “One Thousand and One Nights” in his “The Thousand Sorrowful Pleasures”.

The realms of narrative and fiction are hailed as abundant sources of pleasure. Daniel Royot, the Sorbonne University professor of comparative literature, suggests that American postmodernism found its foundation through polyphonic “experimental texts”. “Postmodern text bears the plot for to reveal its mechanisms of acting” [5, p. 108].

In the novel of “The east of dreams” the narrative based on tale and epos continues. The teller of the novel speaks tales about radio repairer, almond mustache Jabrayil and his uncle. Total tales are forming the novel. Radio repairer wants to work in radio plant. But they do not hire him. Finally, the tails like the dog, the hairs come out. The conversion event occurs. He reminds Grigor Zamzani the hero of Franz Kafka’s “Conversion” novel. “Toptash is a writer who sails on structural fantasies, unfinished dreams, multiplied lives. He is Kafka of Turkish literature” [6, p. 171].

A man with a mustache descends into the underground, where his life unfolds within the realm of tales. He traverses the pages of books from his past readings, dreaming them into existence. This character embodies an alternative version of Alonso Kikhano. The storyteller’s grandfather, Jabrayil, is a man of wide-ranging interests.

The narrative takes on a more postmodern tone when the uncle imparts knowledge to the storyteller

on how to articulate his own story. Conversations between the novel’s hero and the storyteller about plot and narrative form are intriguing, enhancing the playful aesthetics and social function of the narrative. Readers are both surprised and captivated.

The uncle’s constant worry and suspicious behavior have a profound impact on his life. Notably, if he gazes at any part of his body, that area turns dark and gangrenous. “East of Dreams” exudes a mystical aura, intertwining magic realism and postmodern aesthetics, similar to the approach in the novel “Unsympathetic”.

The novel “Heba” commences with the dream of the protagonist, Ziya. As he awakens in the village, his life unfolds with leaps both forward and backward in time. The narrative weaves a parallel flow of time, prompting a re-examination of values and incorporating metatextuality to define the postmodern structure of the work, divided into seven parts: Key, Dream, Peace, Yazikoy, Border, Gratitude, and Fena.

Ziya, having served in the military at the border area of Urfa, faces a tragic turn of events when his pregnant wife is killed by terrorists. Seeking refuge in his friend Kenan’s house in the village, Ziya becomes the target of accusations of immorality. The situation worsens when Kenan is fatally stabbed during a village incident, leaving Ziya without a reliable support system. Accusations from fellow villagers persist, and in the absence of anyone to trust, Ziya finds himself helpless.

At this moment writer Hasan Ali Toptash helps Ziya and saves him: “They are looking for me – he said calmly. In a calm manner, I know”, “I whispered him. I said come and let us look through the window. They see me from the outside”, – he whispered with fear. They cannot see, – I said. You can see out of the windows, but they cannot see here. It looks like a dream may be, – he said. I said nothing [8, p. 307]. The writer rescues both his reader and the hero from the harshness of reality. His intention is to convey that what unfolds is not an accurate depiction of life; rather, it is a creation of artistic imagination, a work of art. This approach mirrors the technique employed by the German poet-dramatist Bertolt Brecht in theater. Brecht would present scenes in an intensely realistic and vivid atmosphere, only to suddenly reveal backstage preparations, emphasizing that it was, indeed, a staged scene.

Toptash employs a similar postmodern method, establishing a close connection with the inner world of the hero. Ziya’s life tragedy harmonizes with the realist, modernist, and postmodernist concepts of social function. The novel excels in its portrayal of the interplay between the images of dreams and

reality. “Ziya looked at Rasul and spoke, you know I think all these events are not truth. When a human feels the truth more at that time he thinks that it is not truth, – Rasul answered. This is not strange thing” [8, p. 236]. Ziya, who struggles at the bottom of his life, climb over the boundaries of the reality he lives in. Toptash’s using postmodern aesthetic don’t ruin. Because social function of the novel gets traditional and postmodern results. The reader includes the aesthetic of the game. He remains within the influence of the novel. At the end of the text each reader thinks, And three hundred pages novel was a dream or truth? Hence the talking between reader and text, aesthetic necessity of social function come true with pleasure.

In his latest novel, “Birds Cry», Toptash skillfully explores the relationship between a father and his son, drawing on postmodern aesthetics as the narrative framework. The hero of the novel is a narrative writer. With retelling styles belong to folklore the writer tries to connect postmodern pastish, parody, intertextuality and metatextuality [10, p. 99]. The father of teller Aziz Bey comes to his son to Ankara to change the prosthesis foot. The events go from modern Ankara to Aziz Bey’s youth. Aziz Bey is a person who is happy to extend his hand to the people from his young age and rejoice in the happiness of others. As the making of prosthesis is prolonged, he begins to be bored at his son’s house. The reason of it that he doesn’t want to disturb anybody. Son and his father have a close attitude. In the period of losing father-son attitude Toptash creates a modern epos. The postmodern epos of love, respect and care is forming. With his novel “Birds cry” Toptash connects the modern writing styles with classic topic, characters, and simple language of folklore. With the multi-layered structure of game aesthetics the reader is recruited to the text. The other aspect he writes a novel which reflects the greatest honest values. For to express the character of Aziz bey it is necessary to look at all the pages of the novel. However, one of the most effective scenes is the feelings of Aziz Bey,

when he was sorrow along the days, even months during the cutting of grapes and cherry trees. “When i was sitting there firstly the grape bushes were cut. It was climbing on the roof with helping of the ropes and nails, therefor after cutting didn’t fall down of course. Became weak a little. While the saw working on its body the cherry began to shake, the leaf-leaf shaken, shaken, shaken and fall down with rumble. At that time I felt that my father fell down not a cherry, my heart began to hurt me” [7, p. 210]. Aziz bey loves his land, Denizli too. He is bored in Ankara. The land attracts him. Aziz Bey, a character linked to root, is a carrier of Turkish national psychology.

**Conclusions.** Toptash’s unique blend of poetry and prose, along with his exploration of existential themes, positions him as an influential figure in the realm of postmodern literature. Through novels like “Unsympathetic” and “One Thousand Sorrow Enjoyment”, Toptash invites readers to question the nature of reality and perception, blurring the lines between the mundane and the fantastical.

Moreover, through his exploration of postmodern aesthetics, Toptash invites readers to embrace the complexity of the human experience, reminding us that truth is often found in the spaces between reality and imagination. Toptash’s novels offer a hopeful perspective on the challenges of the modern world, providing readers with a glimpse into an imaginative realm where storytelling knows no bounds.

Finally, we can say that Hasan Ali Toptash creates a complete aesthetic prose from his first novel “Point to endless” to the last one “Birds cry”. The social function understand that the aesthetic of the game is the most important aesthetic needs of a writer living in postmodern epoch. His novels have always fuller and experimental level. The writer, who has a rich text of form and sense of aesthetics, does not recognize a world outside of literature and life. But he is also skeptical about it. More precisely, he puts questions related with the meaning of life and existence through the eyes of art. Looking for answers.

#### Bibliography:

1. Kamal Narmin. *Umberto Eco and philosophy of postmodernism*. Baki : Qanun, 2012, 204 p.
2. Broch Herman. *Vergilius'un Ölümü*. Çevirmen: Ahmet Cemal. İstanbul : İthaki Yayınları, 2012, 480 p.
3. Nikitina Irina. *Postmodern art*. Translation by: Assad Jahangir. "Azerbaijan" magazine. 2009, No. 4, pp. 174–187.
4. Baudrillard Jean. *Simülakrlar ve Simülyasyon*. Çeviren: Oğuz Adanır. Ankara : Doğu-Batı, 2011, 226 p.
5. Royot Daniel. *Amerikan edebiyatı*. Çeviren : Rıfat Madenci. İstanbul: İletişim Yayınları, 2007, 132 p.
6. Ecevit Yıldız. *Türk Romanında Postmodernist Açılımlar*. İstanbul : İletişim Yayınları, 2014, 240 p.
7. Toptaş Hasan Ali. *Gölgesizler*. İstanbul : İletişim Yayınları, 2015, 232 p.
8. Toptaş Hasan Ali. *Heba*. İstanbul : İletişim Yayınları, 2014, 308 p.
9. Toptaş Hasan Ali. *Kayıp Hayaller Kitabı*. İstanbul : İletişim Yayınları, 2015, 282 p.
10. Toptaş Hasan Ali. *Kuşlar yasına gider*. İstanbul : Everest Yayınları, 2018, 250 p.

11. Toptaş Hasan Ali. *Sonsuzluğa Nokta*. İstanbul : İletişim yayınları, 2015, 207 p.
12. Gaye Belkız Yeter. *Hasan Ali Toptaş'ın "Gölgesizler" adlı anlatısında postmodern ögeler*. Turkish Studies – International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume. 6/3 Summer 2011, pages: 1869–1892.

### **Бабасой У. А. ДОСЛІДЖЕННЯ ПОСТМОДЕРНОЇ ЕСТЕТИКИ В РОМАНАХ ГАСАНА АЛІ ТОПТАША**

*У цій статті розглядається літературний внесок Хасана Алі Топташа, видатного діяча турецької літератури, відомого своєю піонерською роботою в постмодернізмі. Спираючись на текстологічний аналіз і літературну критику, у статті досліджується, як Топташ орієнтується на межі між поезією та прозою, стираючи традиційні відмінності, щоб створити унікальний голос оповіда. Кожен розглянутий роман представляє заплутані оповіді, які досліджують екзистенціальні питання, взаємодію між долею та свободою волі, а також складність людського існування. Ранні роботи Топташа, зокрема «Вказівка на безкінечність», готують основу для його подальшого дослідження постмодерністських тем і технік, таких як деконструкція, інтертекстуальність і магічний реалізм. У «На схід від мрій» Топташ продовжує свою розповідь, засновану на оповіданнях і епосах, вводячи постмодерністський тон, коли герої перемищуються історіями в історіях. У романі переплітаються магічний реалізм і постмодерна естетика, віддзеркалюючи підхід, який ми побачили в «Несимпатичному». «Геба» заглиблюється в паралельні часові рамки, метатекстуальність і перегляд цінностей, зображуючи трагічний наратив, який перегукується як з реалістичними, так і з постмодерністськими концепціями соціальної функції. «Топташ» використовує постмодерністський метод зв'язку читачів із внутрішнім світом героя, створюючи тонкий баланс між реальністю та художньою уявою. У есе також досліджується зв'язок Топташа з іншими літературними традиціями, такими як «Арабські ночі», про що свідчить його роман «Тисяча скорботних насолод». Тут Топташ деконструє традиційні наративні структури, запрошуючи читачів долучитися до процесу оповідання та кидаючи виклик традиційним уявленням про авторство. На завершення, це есе висвітлює значний внесок Гасана Алі Топташа в турецьку літературу, особливо в царині постмодерної художньої літератури. Наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття творчістю Топташа цікавилися турецькі літературознавці. Завдяки своїм інноваційним технікам оповіда, тематичній глибині та взаємодії з різними літературними традиціями Топташ кидає виклик традиційним уявленням про оповідання і розширює межі соціальної функції літератури.*

**Ключові слова:** Хасан Алі Топташ, турецька література, постмодернізм, інтертекстуальність, метафікція, естетика гри, соціальна функція.

UDC 390

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/16>**Guliyeva S. H.**Institute of Manuscripts named after Muhammad Fuzuli  
of Azerbaijan National Academy of Sciences**THE PROBLEM OF WOMEN'S FREEDOM IN AZERBAIJAN  
IN THE EARLY 20TH CENTURY IN FEUILLETONS**

*The article comprehensively addresses the socio-political milieu in Azerbaijan during the early 20th century, delving into the concomitant challenges concerning women's emancipation, infringements upon women's rights, and the instrumental role played by the feuilleton genre in disseminating conflicts to the broader public. A particular focus is placed on scrutinizing various feuilletons authored by distinguished literary figures and journalists.*

*A meticulous analysis is undertaken of feuilletons by eminent figures such as Jalil Mammadguluzadeh ("Girl Education", "Those Who Kill Wives or the 'Honor'", "Girl Child", "A Nine-Year-Old", etc.), Nariman Narimanov (a series of feuilletons titled "Week's Lament"), Uzeyir Hajibeyov ("About Russia", "Establishment of the State Duma", a series of feuilletons titled "Here and There"), Aligulu Gamkusar ("Freedom", "Ugly" feuilletons), Omar Faig Nemanzade ("Letter to a Maiden", "A Wife's Response", "Gratitude" feuilletons), and Najaf bey Vezirov (a series of feuilletons titled "Little Sophisticates"), which conscientiously elucidate the intricacies of the issue of women's freedom.*

*Furthermore, the article elucidates the pivotal role played by feuilletons in contributing to the discourse on women's rights and the socio-political dynamics of the time. Notably, it underscores the efforts of these literary figures in offering nuanced perspectives and potential solutions to the challenges associated with women's freedom.*

*The pivotal year of 1918, marked by the establishment of the Azerbaijan Democratic Republic, is examined in the article in the context of broader efforts to restore women's rights.*

*The article addresses the critique levied by feuilleton authors of the early 20th century against religious leaders, deceitful clerics, officials, and ignorant individuals who restricted women's freedom, hindered their free integration into society, and treated them as slaves, attributing such behavior to national mentality and religious grounds.*

**Key words:** Azerbaijan, feuilleton, women's freedom, press, literature.

**Introduction.** The idea that "a society is impossible without women" has found its confirmation throughout history. Despite the significant appreciation given to women today, regrettably, it is still insufficient, and the global struggle for gender equality and women's freedom continues. "Freedom cannot be achieved unless women are emancipated from all forms of oppression" [9] – Nelson Mandela, a South African political and statesman, and a prominent advocate for women's rights, reaffirmed these thoughts in the Cape Town Parliament on May 8, 1994, emphasizing that humanity would face problems as long as women's rights were violated. Women have consistently engaged in a tense struggle to establish their place in civil society. Although they occasionally stand alone on this path, more often than not, they receive significant support from enlightened and philanthropic individuals. "A woman who follows the crowd usually goes no further than the crowd.

A woman who walks alone is likely to find herself in places no one has ever been before" [10] – echoing the sentiment that women should act based on their own thoughts, not someone else's, as expressed by the eminent physicist and Nobel laureate Albert Einstein. According to him, women must engage in the struggle for their freedoms and rights without hesitation or fear. Throughout history, we can assert that women who have fought for their rights have achieved their goals.

In contemporary Azerbaijan, women live freely and enjoy all rights equally. However, this has not always been the case. Upon examining the early 20th century, we observe that the issue of women's freedom ranked prominently among the challenges faced by Azerbaijani society, prompting active efforts to address it. During this period, the majority of the population resisted education due to ignorance and opposition to educational principles based on religious norms, resulting in societal ignorance and

religious conservatism prevailing. Under such conditions, women, in particular, experienced the most hardship. Living in conditions of social and political isolation, most women engaged in domestic work, finding themselves unable to allocate time for personal pursuits and compelled to lead a constrained life.

**The extent of addressing the problem.** Despite various research conducted on the issue of women's emancipation in the early decades of the 20th century, the feuilletons elucidating this matter have not been collectively subjected to scholarly investigation [1; 2]. Researchers in different years have conducted diverse studies and analyses in this direction [3; 4]. Utilizing these and other research findings, this article analyzes the feuilletons published in the period's press regarding women's emancipation [5; 6]. In the early 20th century, women's freedoms were significantly restricted, and their rights were violated. Influential figures of the time brought this issue to public attention through the media, especially through feuilletons. In some instances, its resolution was also contemplated [7; 8].

**Objectives and tasks.** The primary aim of the research is to examine the effects of the socio-political situation prevailing in Azerbaijan in the early 20th century on the curtailment of women's freedoms. Furthermore, it aims to present the works of the media and literature in the satirical-publicistic genre, particularly feuilletons, directed towards addressing this problem. Investigating the role of these works in achieving certain advancements in the restoration of women's rights is also a fundamental objective and task.

**Methods.** The feuilletons reflecting the conditions of those years are comparatively analyzed in the article. Feuilletons authored by various writers are thoroughly examined, and examples are presented based on which a comprehensive exploration is conducted.

#### **Main section**

#### **The Violation of Women's Rights in the Early Decades of the Last Century**

In the initial decades of the 20th century in Azerbaijan, the coercive matrimonial practices, dehumanizing treatment akin to servitude, abrogation of liberties and rights, and the deliberate exclusion of women from societal, educational, and cultural realms were ubiquitously prevalent. A cadre of intellectuals, perturbed by these predicaments, unabashedly articulated their dissent and conscientiously endeavored towards redressal. Prominent figures within Azerbaijan's intellectual stratum, such as J. Mammadguluzadeh [1, p. 89], O.F. Nemanzade [8, p. 265], A. Qamkuser [2, p. 96], N. Narimanov [7, p. 278], U. Hajibeyov [3, p. 39], N. Vezirov

[6, p. 357], among others, adeptly harnessing religious texts, forthrightly lambasted clerics culpable of transgressing women's rights, mendacious mullahs, and officials culpable of ensconcing societal ignorance. Their resonant voices of protest resonated through the channels of contemporary journalism, wielding the quill as their singular instrument.

In the beginning of the 20th century, the Azerbaijani press underscored women's emancipation as a pivotal theme. The feuilletons of the period delved into issues that curtailed women's freedom and orchestrated their estrangement from societal and communal spheres, employing a literary stylistic approach. Writers adroitly harnessed satire, wit, and irony as vehicles to conscientiously elevate these issues to the reader's discerning purview.

As a result of the multifaceted endeavors and concerted efforts of enlightened intellectuals, Azerbaijani women began to emerge more frequently in the socio-political sphere from the second decade of the 20th century onwards. They not only sought education but also contributed to the cultural enlightenment of society. Azerbaijani women now ascended to advocate for their rights, actively participated in socio-political life, engaged in various fields such as journalism, and even commenced exerting influence within society. It can be asserted that the challenging struggle conducted by the Azerbaijani press, distinguished journalists, and literary figures played a significant role in these developments.

#### **The Protection of Women's Rights During the Republic Era**

In the early 20th century, one of the key factors influencing the resolution of issues faced by Azerbaijani women, the restoration of their rights and freedoms, their engagement in education and enlightenment, and the improvement of social prosperity was the establishment of the Azerbaijan Democratic Republic in 1918. The government of the Republic, composed of enlightened intellectuals, took significant measures and signed documents to emancipate women from slavery and ensure their participation in society as free individuals with all the rights of men. During this period, women were granted the right to participate in elections. The importance of women's access to education and enlightenment was emphasized, leading to their involvement in industry, projects, and employment in various fields. The Republic government, along with the contributions of Azerbaijani intellectuals, journalists, and the national media, played a crucial role in the struggle for women's rights and the historic decisions adopted. The advancement during the Republic years also prompted the estab-

lishment of women's publications, such as "The Path of Industrious Women" and "The Path of Caucasian Industrious Women", contributing significantly to the implementation of these policies.

### **The Representation of the Current Women's Freedom Problem in Feuilletons**

However, in the early 20th century, numerous challenges persisted in the treatment of women. Prominent literary figures, journalists, and public servants facing various difficulties in the existing socio-political context illuminated the subject from different perspectives through the pages of the press. They aimed to direct society's attention to these problems, seeking to open people's eyes. Journals such as "Molla Nasraddin", and newspapers like "Yeni Irshad", "Taze Hayat", "Tekamul", "Kaspi", "Bakinskiye Izvestiya", "Baku", "Bakinski Den", among others, played an exceptional role in the prominence of women's issues. These periodicals featured feuilletons, articles, and satirical writings in line with "Molla Nasraddin's" advocacy for women's freedom on their pages.

In the early years of the last century, efforts towards the restoration of women's rights were not extensive, but from the latter part of the first decade, the press began to allocate more space to this subject. Muslim women during this period faced challenges associated with mindset and unequal traditions, experiencing restrictions on their freedoms in a society dominated by ignorance, vulgarity, and illiteracy. Women's freedoms were primarily curtailed by their close relatives, parents, and husbands. One significant problem prevalent in society during those years was the forced marriage of underage girls. Due to ignorance, misguided individuals would subject their children to grow up as servants or slaves from an early age through this practice. Since women lacked the right to speak in society, mothers could not protest against their daughters' predicaments, or in some cases, due to common ignorance, they would accept the situation knowingly.

As articles about women's rights became regularly published in the press, they began to attract more attention, fostering converging ideas. This, in turn, contributed to the shaping of public consciousness towards civil ideals through the press in the early decades of the century. Ancestors began to prioritize education and intellectual development over marrying off their daughters at a young age. However, women still did not enjoy complete freedom and the right to speak freely because Sharia rules and religious customs presented by clerics and false mullahs continued to restrict their freedom of expression.

### *The Issue of Women's Freedom in the Feuilletons of Jalil Mammadguluzadeh*

One of the most serious problems faced by women in the early XX century was obtaining education. Jalil Mammadguluzadeh, a prominent representative of Azerbaijani press and literature, paid special attention to the issue of depriving girls of education in his feuilletons, magnifying the problem in his written works. In his feuilleton "Qız tərbiyəsi" (Girl's Upbringing), he criticizes those who argue that girls will be better educated by keeping them away from education. With the statement, "If this goes on for a while, eventually our families will lose their national identity and will be erased from our nation..." [5, p. 50], Mammadguluzadeh targets individuals with ignorant thoughts who equate women's education with the loss of national identity. In reality, he highlights that these individuals are not concerned about national identity but rather prioritize their own interests, exposing those who serve as examples of ignorance opposing women's freedom. Explaining the primary cause of women's lack of rights in the family as the limitation of their worldview, Mammadguluzadeh sees the path to liberation in girls' education and writes, "When your daughters are knowledgeable and educated, and know their worth, they themselves will know how to behave" [1, p. 89].

Mirza Jalil, a proponent against the infringement of women's rights and an advocate for their egalitarian rights alongside men, critiques those who curtail women's freedoms and condemns individuals restricting their lives under the pretext of "honor" in the feuilleton "Arvad öldürənlər yaxud "qeyrət"" ("Those who kill wives or 'honor'"). Mirza Jalil accentuates the regrettable reality that, relative to other nations, in the Azerbaijan of that era, a woman could be easily subjected to lethal consequences under the veil of "honor", a term he underscores is construed as the act of killing a wife. He asserts, "And due to the absence of the "honor" itself, or "honor" weapon in those groups, no instance has been reported thus far of a Russian, Armenian, German, or American resorting to the act of killing a wife under the pretext of "honor" [5, p. 293].

In his intricately articulated feuilleton "Qız uşağı" ("The Girl Child"), Jalil Mammadguluzadeh delves into a prevalent concern in Muslim societies during the early 20th century—specifically, the curtailment of the right to life for female infants. Expressing gratitude for the relatively milder treatment compared to ancient Arab practices of immediately drowning newborn girls, Mammadguluzadeh concurrently condemns the mistreatment of newborn girls in Azerbaijani society,

suggesting that while they are not subjected to drowning, they still face societal discrimination merely for their gender. By asserting, “But among ourselves, a girl is nothing. I have observed this phenomenon in numerous instances: a household with a girl does not prosper, and many households eschew the inclusion of a girl” [4, p. 184], Məmmədquluzadə underscores the societal disregard for female children in Azerbaijan during the early 20th century. He cynically notes that the birth of a girl was deemed undesirable, prompting those with female offspring to feel both unfortunate and stigmatized within the societal milieu.

Mirzə Cəlil directs his attention in the feuilleton “Nişanlı bir qız” (“An Engaged Girl”) towards the lamentable condition of women who, despite their aspirations for emancipation, educational advancement, and cultural enrichment, find themselves ensnared in servitude owing to societal limitations and retrogressive norms. Within this literary composition, the author compassionately depicts a young girl bemoaning, “Oh, my ill-fated destiny”, articulating her fervent desire for unrestrained living, educational pursuits, rights assertion, and even contemplating life beyond her ethnic identity. “Oh, my ill-fated destiny, how I wish that I had already gazed upon the countenance of the day illuminating the world, and when my parents sought to betroth me to an elderly gentleman, I would have possessed the autonomy to express myself. Oh, my ill-fated destiny, how I wish I had perused at least a couple of the myriad books authored and comprehended why we have entered this world” [4, p. 439].

In Mirza Jalil’s feuilleton “At Nine Years Old”, he artistically depicts the tragic fate of a nine-year-old girl living in the early 20th century, whose life is controlled by a religious figure. Addressing the religious figure in the journal’s language, he exposes the violation of the rights of this young girl through a publicistic approach: “Oh, Haji, ... I also heard when passing by your watermelon shop, the next morning the news came out that you had sent an envoy to ask for Nurmammad’s nine-year-old daughter, Sekine” [4, p. 114]. The words spoken by the child in the work truly prompt readers to deeply contemplate. Despite the fact that the nine-year-old girl should be experiencing childhood, playing with peers, and pursuing education, she is forced into a life of servitude and misery in the so-called “rules” of the household, fabricated Sharia laws, ignorance, and commonness of that era. The criticism extends to her parents, who subject her to a life of hardship: “...Sekine started crying and told her mother, ‘You are like God, oh mother, let me go and see what this husband is saying. And then I heard that her mother beat her with a stick’” [4, p. 114].

### **The Issue of Women’s Liberation in the Feuilletons of Nariman Narimanov**

Renowned writer and public figure Nariman Narimanov sheds light on the topic of girls’ education in the series of feuilletons titled “Weekly Outcry”. “We will not tell you: open a school for girls, train knowledgeable girls for the nation, prepare mothers, because our ancestors and mothers shed tears of blood for the ignorance of our children. We have become a laughingstock to foreigners because of their ignorance...” [7, p. 278]. Narimanov emphasizes the urgency of girls’ education in this satirical appeal. He underscores the importance of having educated and knowledgeable women, mothers, in the upbringing of children and the development of society. Additionally, he exposes individuals who hinder girls’ education and knowledge.

In the feuilleton series bearing the same title, Nariman Narimanov delves into a significant matter, wherein women are transformed into victims of familial avarice. The central figure, Haji Murad, stands as a quintessential embodiment of this avarice. One of the casualties of his greed is none other than his own biological sister. Haji Murad, accumulating all his wealth, precious metals, and gemstones in an unopened chest, exhibits no compassion toward his destitute sister. “Brother, do not consent to the prospect of your sister’s garments fetching more than two hundred manats in the markets tomorrow. Haji Murad remains unsympathetic to his sister’s plight. The wretched woman, with tearful eyes and a heavy heart, returns to the village, and Haji Murad remains indifferent to whether his sister’s clothes are sold or not, and whether her children are on the brink of starvation; such matters are beyond Haji’s purview. Haji’s sole concern is to ensure that two hundred manats do not emerge from the chest because frugality is deemed necessary” [7, p. 257]. Haji Murad, epitomizing those who prioritize their possessions over familial ties, does not balk at orchestrating the ruin of his daughter’s life. Rather than facilitating her union with someone she loves, he marries her off to a debtor: “He bestows his daughter upon the debtor to alleviate the debt, ensuring that no funds emerge from the chest, for it is imperative to exercise frugality...” [7, p. 257]. The feuilleton culminates in Haji Murad losing all his wealth, his monetary resources being pilfered, and crucially, his daughter eloping with her beloved. Through this narrative, Narimanov conveys the notion that individuals ensnared by avarice will inevitably confront the repercussions of their transgressions, and ultimately, righteousness will triumph over malevolence. By portraying the women of the era as resilient individuals who persevere through all



hardships to reunite with their beloveds, he communicates a profound message about the unyielding struggle for women's rights.

In one of the feuilletons in the series "Cry of the Week", Nariman Narimanov addresses the issue of women being forced into marriage. The writer condemns the false promises made by members of the Muslim faction to discuss various issues, stating that they instead utilize the platform to deceive the public. He also criticizes those who believe in these representatives. In this context, Narimanov expresses regret over a lawyer who, instead of defending people's rights, exploits them for personal gain. "One of those people also spoke: 'Brother, according to Sharia, it is permissible to marry a 9-year-old girl, so it is not against the law to touch her for this reason'" [7, p. 370]. Here, he emphasizes that those in positions of power in society turn a blind eye to the blatant violation of women's rights in the discussions within the faction, even acknowledging their direct involvement in such practices.

#### **The Issue of Women's Liberation in Uzeyir Hajibeyov's Feuilletons**

Renowned composer and writer Uzeyir Hajibeyov did not remain indifferent to the education problem faced by girls. In his feuilleton titled "Rusiyaya dair" (About Russia), he touches upon the difficulties that girl students face during the learning process. In this context, the Minister of Education wishes for girls to participate in all classes and appeals to professors for this. However, the professors consider this task impossible and impractical. As a result, the Minister of Education is compelled to take the issue to the parliament: "Now the matter is left to the parliament. In this case, a new regulation has been prepared for the university, and it will be discussed in the Council of Ministers. This regulation will then be submitted to the parliament" [3, p. 39]. Here, Uzeyir Bey notes with regret that, in the early 20th century, women faced injustice in education, as in other fields.

In another feuilleton titled "Ordan-burdan" (About Various Things), Uzeyir Hajibeyov criticizes those who oppose women's freedom of movement in society. In this essay, written in the language of a prejudiced person who looks down on Muslims attending the opera, retrogressive individuals are targeted. The protagonist of the feuilleton, who claims that Caucasus Muslims are corrupt when they appear in the opera, is also an image criticizing those who violate women's rights. People with narrow-minded views, who disdain a woman's interest in culture and going to the opera, are subjected to criticism: "Look, look! Look at our wives, look at our wives! They form

groups and go to the theater! Whereas, in the past, our wives knew nothing other than crying in the bathroom!.." [3, p. 176].

The matter of women facing legal restrictions, akin to numerous other concerns, deeply perturbed Uzeyir Bey. In his feuilleton "Dövlət dumasının qurulması" (The Establishment of the State Duma), he staunchly advocates for the equalization of rights among people in elections, underscoring the indefensible nature of distinctions among individuals. The writer, articulating that "...everyone should possess the liberty to elect a representative", explicitly underscores the imperative for women to hold the right to vote on a par with men: "Allocate this privilege to women similarly, ensuring the election's confidentiality;..." [3, p. 207]. His progressive entreaty materialized during the Republican era, and Azerbaijani women, breaking new ground in the East, acquired this right for the first time.

#### **Women's Liberation Issue in Aligulu Gamkusal's Feuilletons**

The prominent writer Aligulu Gamkusal's feuilleton titled "Freedom" is one of his significant works that addresses various topics and sheds light on the issues of the time. The focus of the feuilleton is on the residents of Iravan, who, inspired by Iranians, seek freedom from the Russian state by preparing a legal document – a constitution. One of the important issues specifically emphasized here is women's freedom. As known, in the early 20th century, women's liberties were restricted; they were excluded from education and even forced into servitude within their own homes. When they dared to protest, they were beaten and even killed by their husbands. While appealing to the Russian state to obtain freedom, these individuals, especially women, expressed their desires such as concealing their "skills" – essentially hiding the evidence of violence – and requesting immunity from punishment for female crimes. The author vividly portrays the hardships that women endured, expressing heartfelt anguish: "Even though they beat, abuse, and kill their wives as their hearts desire, the state intervenes, and those who are in the position of slaveholders complain, and the state rushes to their complaints".

In his feuilleton "Dirt", Gamkusal delves into the issue of religious ignorance, elucidating how Muslim women of the era were relegated to ignorance, being kept aside from education and science. The story unfolds the narrative of these women, excluded from the realms of knowledge and education, being deceived by a cleric driven by his own self-interest. The clergyman, signified by the tarnished robe he wears, beguiles Muslim women by intertwining

every aspect with religious edicts. The passage illustrates the clergyman obtaining a favorable verdict in a dubious case through funds from Axund and then, capitalizing on the women's lack of knowledge, evading consequences effortlessly and being saved by the intervention of non-Muslim Russian doctors: "...and if he smears the throats of those who have come to the throat with the throat of a charlatan, he finds a fever cure, saves lives, and is rescued from the hands of lame-brained Russian doctors" [2, p. 97]. Through this, the author underscores the imperative nature of education and erudition, critiquing the cleric for exploiting the women's educational deficiencies and deftly deceiving them.

#### **The Issue of Women's Liberation in the Feuilletons of Omar Faig Nemanzadeh**

In O.F. Nemanzadeh's feuilleton "Xortdana Məktub" (Letter to a Hortdan (evil spirit)), the transgression of women's rights and religious conservatism are extensively addressed. The protagonist of the feuilleton laments divorcing his wife due to deeming her act of placing vinegar in the garden an unfavorable omen, and he endeavors to rectify his misjudgment. However, in attempting to amend his error, he once again succumbs to intellectual deficiency. "Relatives and clerics assembled and asserted that such an act cannot be pardoned, and the veil of disgrace cannot be lifted. Oh, what recourse is there? They opined that the husband must contract another matrimony, namely, entrust the sister-in-law to someone for a brief period, then effect her separation, only thereafter permitting matrimonial ties" [8, p. 265]. Here, Omar Faig subtly illustrates how religious statutes and intellectual regress impinge upon individuals' cognitive faculties. He also underscores the lamentable reality that women lack autonomy in determining the course of their lives and are consigned to subservient existence based on the deceitful proclamations of clerics.

In the feuilleton "Bir Arvadın Cavabı" (A Wife's Response), drafted as a female dissent to articles about women featured in the periodical "Molla Nasreddin" [8, p. 260], Omar Faig highlights that women are already articulating discontent with societal injustices and inequities. In the feuilleton, a woman, petitioning for the publication of her epistle in the journal, protests against injustice and the curtailment of their liberties. She also observes that articles against women are disseminated across various editions of the periodical. Through the woman's objections, such as "In your 24th issue, you opine that wives are inept at financial matters", "In the 25th issue, you deride wives for masticating gum", and "In the 26th issue, you ridicule wives' head coverings", the feuilleton

depicts the injustices and a spectrum of societal and domestic predicaments women confronted during that epoch. The author accentuates that the literary articulation of a woman's protest against the quandary of women's emancipation also serves as a voice of dissent from the enlightened intelligentsia of that era.

Nemanzadeh's feuilleton "Təşəkkür" (Gratitude) can be characterized as the voice of women left powerless in a society under the sway of religious conservatism, where individuals live in accordance with Sharia rules and face the pressure of conformity. Here, the delicacy with which these women are compelled to cover their heads against their will is expressed: "Among today's Islamic countries, one of the contentious issues is the matter of veiling" [8, p. 298]. In the feuilleton, Nemanzadeh emphasizes that the resolution of this significant problem is not achievable through the efforts of just a few individuals but requires the collective endeavor of numerous intellectuals and scholars: "...I, as a well-educated person, would also desire the once-and-for-all resolution of this issue. However, for this, the presence of a 'courageous,' knowledgeable, influential cleric was necessary" [8, p. 298].

#### **The Issue of Women's Liberation in the Feuilletons of Najaf bəy Vəzirov**

In Nəcəf bəy Vəzirov's feuilleton "Short Stories", he vehemently opposes the early marriage of young girls and censures the subjugation and denigration of women in his 48th article. He provides incisive criticism of the practice of early marriage, exposing its societal ramifications. The endorsement by a gathered assembly of the notion that "an individual harboring a spouse for more than one or two years lacks rationality" underscores the egregious violation of women's rights. The adroit revelation of the proposition, "Acquiring a spouse within a year wouldn't be detrimental, but it necessitates a slightly increased expenditure", by an approving landlord illustrates the finesse of the feuilletonists. The suggestion, "...to manage the acquisition of a spouse in a manner that, after designating her, she should return home promptly", targets those seeking to evade all associated marital costs.

The individuals proposing the facile method to circumvent all expenditures with the idea, "Select an unaffiliated, non-indigent girl, at the age of fourteen", poignantly exposes that the literary luminaries have transcended established boundaries, leaving young children vulnerable to the injustices perpetrated by the ignorant of their era. In this discourse, the author vehemently registers his dissent against the approving landlords: "Oh, you uncouth, morally bankrupt,

and depraved individuals! Has not God created the human race? Is justice, compassion, and mercy absent in you? How can you audaciously discuss the plight of a destitute girl, merely fourteen years old, cast into the streets, bereft and homeless within a year?... May divine blessings prevail! You proclaim yourselves as Muslims... Idolaters!.. Beneath the dignity of animals! 'Alas, alas!' ” [6, p. 397–398].

In the 11th story of his feuilleton titled “Balaca mütəfərriqələr” (Short Stories), N. Vezirov depicts the helplessness of a woman, religious ignorance, and the portrayal of common society. The central figure in the article, a woman who has been married for ten years, reveals that her husband has started living with another woman, neglecting to provide food for the children, and despite her pleas and supplications, she remains helpless. The woman mentions even contemplating harming herself and her children due to the impossibility and lack of assistance. In the feuilleton, the writer also draws attention to the religious backwardness of the era: “I’ve even become tired of writing prayers; it doesn’t help. My remaining belongings have been taken away; we are left destitute. Whenever I stretch out my hand for help, all I hear is a foolish response... ” [6, p. 352] – here, he asserts that those who believe the problem can be solved by writing a prayer are deceived by the clergy, and he also criticizes the common women who, despite this backward thinking, give all their money to deceitful clergymen. By stating, “...Sister, this is a community matter; help should come from the community...” Vezirov actually emphasizes that all problems can be resolved collectively by people themselves, highlighting that women can fight for their education, knowledge, and rights.

**Conclusions.** In the early decades of the 20th century, Azerbaijani women, grappling with a plethora of socio-political and domestic constraints, were not

singular in their confrontation with these issues. This epoch witnessed the efficacious endeavors of enlightened individuals and intellectuals, transmuted prolonged periods of ignorance and commonplace into an era wherein women and even men aspired to align with the burgeoning civilized world. Women endeavored to emancipate themselves from the morass of limitations and, in numerous instances, achieved success. They commenced active participation in socio-political, cultural, and economic processes, particularly demonstrating activism in education and philanthropy. Hindrances and impediments to girls’ education gradually commenced receding. Women, emerging across various facets of life, acquired a more salient role in society with the acquisition of the right to vote during the Republic era. Activities pertaining to women’s liberation and rights during that period did not escape notice, and over time, this progression continued to burgeon.

Today, if we were to assert that Azerbaijani women have evolved into a pivotal force in our society, such a claim would be judicious. Women actively engage in augmenting the country’s social, economic, and cultural potential, achieving laurels in fields such as science, education, healthcare, arts, sports, and beyond. A century ago, Azerbaijani women grappled with challenges such as ignorance, commonality, religious retrogression, and educational dearth. However, presently, they have metamorphosed into integral constituents of society, playing an instrumental role in the comprehensive development of our country. The more robust, adept, and cosmopolitan women become, the more resilient our society manifests itself. As the distinguished writer and playwright Huseyn Javid articulated, “When a woman smiles, our desolate environment will smile, and humanity, advancing forward, will ascend with women”.

#### Bibliography:

1. Cəlil Məmmədquluzadə ensiklopediyası. Bakı : Şərq-Qərb. 2008. 320 s.
2. Əliqulu Qəmküsar. Seçilmiş əsərləri. Bakı : Şərq-Qərb. 2006. 168 s.
3. Hacıbəyli Üzeyir. Seçilmiş əsərləri: [2 cilddə]. Bakı : Şərq-Qərb, c. 2. 2005. 456 s.
4. Məmmədquluzadə Cəlil. Əsərləri. [4 cilddə]. Bakı : Öndər, c. 2. 2004. 584 s.
5. Məmmədquluzadə Cəlil. Əsərləri, [4 cilddə]. Bakı : Öndər, c. 3. 2004. 480 s.
6. Nəcəf bəy Vəzirov. Əsərləri. Bakı : Şərq-Qərb. 2005. 304 s.
7. Nərimanov Nəriman. Seçilmiş əsərləri. Bakı : Lider nəşriyyatı. 2004. 496 s.
8. Nemanzadə Ö.F. Seçilmiş əsərləri. Bakı : Şərq-Qərb. 2006. 350 s.
9. Nelson Mandela and women’s rights. URL: <https://www.nelsonmandela.org/acom-blog/archive->
10. The One Who Follows the Crowd Will Usually Go No Further Than the Crowd. URL: <https://quoteinvestigator.com/>

**Гулієва С. Х. ПРОБЛЕМА СВОБОДИ ЖІНОК В АЗЕРБАЙДЖАНІ НА ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ У ФЕЙЛЕТОНАХ**

*Стаття всебічно розглядає суспільно-політичне середовище в Азербайджані на початку 20-го століття, заглиблюючись у супутні виклики, пов'язані з емансипацією жінок, ущемленням прав жінок та інструментальною роллю жанру фейлетону в розповсюдженні конфліктів на широку громадськість. Особливу увагу приділено розгляду різноманітних фейлетонів видатних літературних діячів і журналістів.*

*Ретельному аналізу піддаються фейлетони видатних діячів, таких як Джаліль Мамедгулузаде («Дівоче виховання», «Ті, хто вбиває дружин або «Честь», «Дівчинка», «Дев'ятирічка» та ін.), Наріман Наріманов (серія фейлетонів «Тижневий плач»), Узеїр Гаджибеков («Про Росію», «Створення Державної думи», серія фейлетонів «Тут і там»), Алігулу Гамкусар («Свобода», «Потворні» фейлетони), Омара Файга Неманзаде («Лист до дівчини», «Відповідь дружини», фейлетони «Вдячність»), Наджаф бека Везірова (серія фейлетонів «Маленькі хитруни»), які сумлінно висвітлюють тонкощі питання свободи жінки.*

*Крім того, стаття з'ясовує ключову роль фейлетонів у дискурсі про права жінок та соціально-політичну динаміку того часу. Зокрема, це підкреслює зусилля цих літературних діячів у пропонуванні нюансованих перспектив і потенційних рішень для проблем, пов'язаних зі свободою жінок.*

*Переломний 1918 рік, ознаменований створенням Азербайджанської Демократичної Республіки, розглядається в статті в контексті ширших зусиль щодо відновлення прав жінок.*

*У статті розглядається критика фейлетистів початку ХХ століття релігійних діячів, брехливих священнослужителів, чиновників і невігласів, які обмежували свободу жінок, перешкоджали їх вільній інтеграції в суспільство, ставилися до них як до рабів, пояснюючи таку поведінку національною ментальністю. і релігійні мотиви.*

**Ключові слова:** Азербайджан, фейлетон, свобода жінок, преса, література.

УДК 821.111

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/17>**Заярна І. С.**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

## ХУДОЖНЄ ОСМИСЛЕННЯ ПРОЦЕСІВ РУРАЛІЗАЦІЇ ТА ІМАГОЛОГІЧНИЙ ДИСКУРС У КНИЗІ ПІТЕРА МЕЙЛА «РІК У ПРОВАНСІ»

*У статті досліджено принципи художнього відтворення процесу руралізації та імагологічної проблематики в автобіографічному творі Пітера Мейла «Рік у Провансі».*

*Особливості сучасної руралізації автор зображує, послуговуючись досвідом власного переселення з англійського мегаполісу до французької провінції у Провансі. Виявлено, що письменника цікавлять насамперед психологічні аспекти руралізації, породжені зміною ареалу життя з міського на сільське, особливості взаємин між селянами і переселенцями з міста, проблеми маргіналізації переселенців. Водночас у книзі відображено процеси стирання кордонів між урбаністичним і руральним стилями життя, позитивні й негативні наслідки урбанізації сільського середовища, прагнення зберегти його традиційний вигляд, екологічні виклики. Автор долає стереотипні уявлення про сільське життя як нудне й нецікаве для міського мешканця.*

*Зображення процесу інтеграції містян у руральний простір поєднується в книзі П. Мейла зі змалюванням досвіду еміграції до іншої країни і подоланням комплексу проблем адаптації. З'ясовано, що імагологічна стратегія автора втілена в яскравих описах інокультурного та інонаціонального середовища, в окресленні етнообразів та психотипу французів. Автор частково послуговується стереотипами імідажетворення й водночас долає їх, на основі власних спостережень створює індивідуалізовані характери. Важливим складником формування образу інокультурного простору стає інкорпорація в текст французької мови – назви міст, страв, газет, кафе, ідіоматичні вислови.*

*На тлі розкриття паралельних процесів інтеграції та адаптації до сільського середовища і до інонаціональної культури і мови в автобіографічній оповіді письменника простежуються екзистенціальні проблеми, осмислення власного Я та загалом буття людини в сучасному глобалізованому світі.*

**Ключові слова:** руралізація, етнообраз, імагологічна стратегія, автобіографічна оповідь, еміграція.

**Постановка проблеми.** Автобіографічна книга Пітера Мейла «Рік у Провансі», яка стала світовим бестселером, перекладена й видана багатьма мовами, містить цікаву розповідь про життя провінційного півдня Франції, відтворену очима іноземця. Однак описом чарівної природи, звичаїв і побуту місцевих мешканців, французької гастрономічної екзотики зміст цієї, на перший погляд, легкої оповіді не вичерпується. Тому численні відгуки про неї у медіапросторі як про найкращу «туристичну» книгу, путівник містечками Провансу здаються щонайменше поверхневими. Секрет успіху, очевидно, полягає у відтворенні письменником значно глибшої проблематики, яка не втрачає актуальності в сучасному глобалізованому світі й пов'язана з процесами міграції значних верств населення, психологічної адаптації в іншомовному та інокультурному середовищі, зміною країни, соціального статусу тощо. Однією з цен-

тральних тем, над якою розмірковує письменник, є руралізація – зміна постійного місця проживання людини з урбаністичного на сільське середовище. Ці процеси активно розгортаються і в Україні, де у зв'язку з карантинними заходами під час пандемії, а пізніше – через повномасштабну російську агресію і війну поживалося переміщення населення з великих міст до сільських регіонів.

Останнім часом руралізація як соціальне, історичне, культурне, психологічне явище привертає все більшу увагу науковців. Це зумовлено стійкою тенденцією до відтоку населення з міст у сільські регіони, більш привабливі з точки зору екології, яка спостерігається у багатьох країнах світу.

**Аналіз останніх публікацій і досліджень.** Специфіка руралізації як контраверсійного урбаністичного процесу досліджувалася переважно в площинах соціально-економічній, геополітичній, культурологічній, етнічній. Про це свідчать,

приміром, праці Г. Робінсона [15], М. Дністрянського [4]. Останнім часом посилюється багатовекторний підхід до вивчення цього явища.

Серед таких досліджень вирізняються праці О. Павлова, у яких руралізація аналізується у міждисциплінарному річизі. Найперше у монографії та статтях зосереджується увага на категоріальному апараті, визначенні понять «руральність», «руралізм», «руралістика» тощо [7–9]. Автор наголошує, що руралізація має «глибший і ширший зміст, ніж це здається дослідникам, що пов'язують це суспільне явище виключно з переселенням частини міського населення на постійне місце проживання в сільську місцевість або з сезонною міграцією городян» [9, с. 34]. Руралізація включає соціально-економічні, історичні, суспільні фактори, інколи розглядається як зворотній процес урбанізації. При широкому тлумаченні сутності руралізації, «під нею розуміють процеси зростання кількості сільських поселень та чисельності сільського населення, тобто інтенсифікації процесу сільського освоєння території, поширення і збереження сільського способу життя в певних територіальних сегментах агломераційного розселення» [9, с. 35].

У полі зору науковця феномен руральності як способу життя, світогляду й певної філософії, як «суспільного явища і наукової категорії, що відкриває широке поле для дослідницьких практик не тільки економістів, а й географів, соціологів, антропологів, культурологів, істориків, інтереси яких збігаються за об'єктом, але різняться за предметом вивчення» [9, с. 33].

У низці праць автора розглянуті історичні етапи співвідношення процесів урбанізму й руралізації, економічні, аграрно-виробничі чинники руралістики [10].

Безперечно, цікавою видається спроба автора простежити відображення руралізму в художній літературі різних епох та країн, зокрема у творах О. Бальзака, Е. Золя, Л. Толстого, В. Реймонта, А. Фета, І. Франка, О. Кобилянської та ін., окреслити систему поглядів письменників на селянство, його психологію та ставлення до землі, історію розвитку аграрної праці та стосунків у сільській громаді [8, с. 162]. У цьому ключі важливим видається також розгляд письменницької публіцистичної аналітики, есеїв, мемуарів.

Дослідження руралізації певною мірою перетинаються зі сферою імагологічних студій порівняльного літературознавства, що помітно актуалізувалися в останній період. Адже в полі зору науковців аналіз літературних етнообразів [1; 2; 6; 12], проблеми національної самоіденти-

фікації, співвідношення стереотипів та індивідуалізованого відтворення національних характерів [3; 6; 11; 12], функціонування національного в інокультурному середовищі. З огляду наведеної тут проблематики текст П. Мейла досі не отримав літературознавчого висвітлення.

**Постановка завдання.** Мета і завдання статті полягають у тому, щоб дослідити специфіку художнього розкриття процесу руралізації, простежити його різноманітні аспекти в автобіографічному творі П. Мейла «Рік у Провансі», а також розкрити імагологічну стратегію оповіді, особливості репрезентації образу Іншого та авторської самоідентифікації у тексті.

**Виклад основного матеріалу.**

### **1. Відображення процесів руралізації в художньому тексті**

У книзі «Рік у Провансі» П. Мейл презентує особистий досвід переселення з англійського міста до французької провінції та освоєння іншого (сільського) і водночас інонаціонального середовища. Письменник окреслює низку явищ і проблем, типових для сьогодення, як у регіональному, так і у світовому масштабах, важливих у тому числі й для України. Його власна історія висвітлює особливості процесів сучасної руралізації.

Насамперед автора цікавить психологічний аспект цього явища. Він акцентує увагу на адаптаційних факторах, формах спілкування, порозуміння/непорозуміння між містянами й селянами, які обумовлені різною культурою виховання, способом життя, типом праці, ставленням до природи тощо. Одразу після купівлі старовинного фермерського будинку в одному з доволі глухих селищ Провансу англійське подружжя відчуло занепокоєння з боку сусідів з приводу цільового використання прилеглої до будівлі землі, яка споконвіку була у них в оренді й використовувалася для вирощування винограду. Адже місцеві мешканці часто зіштовхувалися з тим, що містяни купували в провінції будинки для відпочинку у вихідні чи проведення відпусток, обертали їх на замські резиденції, «перетворивши добру сільськогосподарську землю на вишукані сади. Траплялися навіть випадки справжнього богохульства, коли лозу викопували, щоб звільнити місце під тенісні корти!» [5, с. 12–13]. Багато розваг, популярних серед жителів міста, в селі сприймалися як чудернацькі, безглузді.

Поступово, через дрібні деталі оповідач розкриває відмінності двох типів світоустрою. Так, він з подивом виявляє, що сусіди впливають на його життя значно більше, ніж у місті: «Ви можете прожити роки у квартирі в Лондоні чи

Нью-Йорку, словом не перемовившись із людьми, що мешкають за шість дюймів від вас, по той бік стіни. У селі, де найближчий до вас дім стоїть за сотні ярдів, сусіди є невід'ємною частиною вашого життя, і так само ви – їхнього. [5, с. 10]. А до іноземців, як до створинь «slightly exotic» [14, с. 5]<sup>1</sup>, цікавість особлива, підкреслює автор. Водночас він стає свідком відчутного браку спілкування у сільських жителів, вони залюбки ведуть довгі розмови з новоприбульцями, розповідають дивовижні історії, інформують про примхи місцевого клімату, влаштовують вечірки.

Письменник змальовує поступовий процес інтеграції містян у сільське середовище. Багато особливостей, занять тутешніх мешканців здаються їм незвичними. Насамперед дивує інакше відчуття часу. Автобіографічний герой неодноразово спостерігає, що час у Провансі перетворюється на досить умовне поняття. Селяни нікуди не поспішають, їхнє життя розмірене, чітко прив'язано до сезонного руху, погоди, від якої залежать сільськогосподарські роботи, збір врожаю. Прованс – уславлений край виноробства, пильне око автора фіксує усі етапи вирощування винограду, його збору й переробки, крім того, відстежує сезонний вміст продукції на аграрних ринках. Недарма й композиція книги відтворює той самий природний хронотоп – кожний розділ оповідає про один місяць року. Наприкінці оповіді автор констатує, що його власне сприйняття ритму часу також змінилося, він почав здійснювати його відлік «порами року, а не днями чи тижнями» [5, с. 252].

Однією з причин зміни місця перебування з міського на сільське є турбота людей про власний екологічний простір, дефіцит тиші в мегаполісах. Судячи з усього, спокій і краса провансальського краю, не зіпсованого «цивілізацією», можливість відокремитися від галасливого світу й звабили британців і спонукали їх до переїзду. Мета родини була цілком досягнута, адже описи краєвидів, своєрідного «розчинення» в природі під час довгих прогулянок із собаками посідають важливе місце в книзі. Як зазначає автор, більшу частину року в Провансі «можна йти вісім чи дев'ять годин і не побачити жодної машини чи людини» [5, с. 10]. Неодноразово звучить мотив відірваності, відокремленості від усього світу, своєрідного стану нірвани, коли навіть забувається, який насправді день тижня й число: «Глибокої зими в Провансі панувала навдивовижу нереальна атмосфера – поєднання тиші й порожнечі, яке творило

відчуття, що ви відокремлені від решти світу, відділені від нормального життя» [5, с. 41].

Описи зачарування природним світом, стану щасливої безтурботності часто контрастують з образами жорстких ритмів сучасного міста, безкінечної напруги офісного життя. У такому протиставленні цілком логічно простежити відомі з давніх часів у літературі ідилічні мотиви. Однак філософія ідеального усамітнення повсякчас порушується описом побутових реалій і проблем, з якими стикаються переселенці. Серед них – перманентний ремонт і вдосконалення старовинного фермерського будинку, придбаного подружжям, перемовини й угоди з сусідами щодо оренди під виноградник прилеглої до будівлі землі. Зрештою, трапляються й несподівані побутові курйози, звичні для сільського помешкання, приміром, нашість мурашок у корпус електричного лічильника, або проблеми з чищенням комину напередодні зими й отриманням сертифікату від пожежників.

Аналізуючи процеси руралізації насамперед у психологічному аспекті, автор між тим констатує поступове стирання кордонів між урбаністичним і руральним стилями життя. Однак відмінним маркером останнього, попри наявну технічну модернізацію, все ж залишається важка ручна праця на землі. Оповідач-городянин має змогу спостерігати за процесами виноградарства зсередини, і це призводить до інакшого ставлення до плодів роботи селян: «То була повільна й фізично незручна праця. <...> Я більше ніколи не подивлюся на виноградне гроно в тарілці, не згадавши про біль у спині й сонячний удар» [5, с. 196]. Очевидно, через навантаження під час збору вишні у сезонних робітників – студентів з Австралії – склалося негативне враження від Провансу в цілому, вони не відчули його краси й привабливості й не збагнули мотивів переїзду британців.

Не випадково письменник виокремлює й типові риси сільського жителя – терплячість, заощадливість, винахідливість, містична залежність від кліматичних і погодних умов тощо. На відміну від заможніших фермерів, дачників, селяни ніколи не їздять у відпустку в інші краї, віддають перевагу відпочинку у власній оселі. У полі авторських роздумів й різниця у ставленні до свійських тварин уродженців міста, оточених супермаркетами, і селян. Якщо перші можуть перетворити кроля чи індику на домашнього улюбленця і не уявляють, як його потім можна вжити у їжу, то у сільських мешканців не спостерігається подібної сентиментальності, й процес переходу худоби до столу для них природний.

<sup>1</sup> Для більш точного відтворення змісту книги окремі цитати наводимо з оригіналу.

Порівняння світоглядів, ціннісних орієнтирів здійснюється й відносно ставлення до матеріального комфорту, принад і розкошів цивілізації. Оповідач досить точно відтворює іронічне ставлення селянина до заможних власників замських будинків, які тричі на рік на свята «утікають з Парижа, Цюриха, Дюссельдорфа й Лондона, щоб потішитися кількома днями простого сільського життя. І неминуче вигадують дещо таке, без чого їхній відпочинок не буде вдалим: набір біде Куррежа, прожектор для басейну, свіжі кахлі на терасі або новий дах для приміщення обслуги. Як вони тішитимуться своєю сільською інтерлюдією без цих предметів першої потреби?» [5, с. 58]. Авторська іронія в цьому словесному пасажі також очевидна. Однак тут простежується ще один неодмінний вияв сучасної руралізації – неминуча урбанізація сільського середовища. Місто привносить новітні проекти й технології, забезпечує роботою тамтешніх майстрів і будівельників. І це, безперечно, прогресивна тенденція, яскраво проілюстрована описом ремонту власного будинку автора й удосконаленням прибудинкового простору.

За негативний приклад урбанізації править архітектура сільського клубу – коробка з цегли й скла, оздобленого алюмінієм, яка має досить непривабливий вид і різко контрастує з місцевою сільською забудовою, що зберігає давні традиції і дух середньовіччя (“It was a fairly recent construction, designed with a complete disregard for its medieval surroundings by the anonymous and overworked French architect whose mission in life is to give every village its own eyesore. This was a classic of the contemporary blockhouse school – a box of raw brick and aluminum-trimmed glass set in a garden of tarmac, devoid of charm but rich in neon light fittings”) [14, с. 169–170].

Інша дразлива тема, що також є складником процесу руралізації і не без гумору та іронії розкрита в книзі, – це стосунки селян з туристами з інших країн та гостями з мегаполісів. Так, у Провансі з острахом очікують літнього напливу відпочивальників і з полегшенням зітхають, коли сезон відпусток закінчується. У поведінці приїжджих підкреслюється відверто споживацьке ставлення до природи, екології, зневага до буденних ритмів життя місцевих мешканців. Автор змалював декілька курйозних ситуацій зіткнення селян з іноземними туристами. Приміром, житель Люберона Массо розкладає бруківку поміж встромлених у землю дерев’яних дрючків на галявині національного парку неподалік свого помешкання. На цій галявині туристи з Німеччини щорічно розта-

шовують свої палатки й, на переконання Массо, забруднюють навколишнє середовище. У такий спосіб він сподівається зберегти рекреаційну зону. Массо добре розуміє, що туристи приносять неабиякий прибуток Провансу, але шкода, яку вони завдають екології цієї місцини, на його думку, перевищує дохід.

Цікаво, що автор чітко відокремлює свій автобіографічний образ від іміджу туриста й мандрівництва як такого. Це акцентується у різні способи – протиставленням ритмів і завдань власного життя і дозвілля гостей, які прибувають у літній сезон на відпочинок, підкресленням своєї принципової незацікавленості у поїздках до туристичної мекки – Лазурового берега, пляжі якого «вкривав живий килим тіл, що смажилися під сонцем, дотикаючись масними боками» [5, с. 146], зауваженням про небажання подорожувати до інших популярних містечок Провансу за браком часу й наявністю безлічі цікавих речей у власному й сусідніх селах.

Неабияка проблема сучасної руралізації, відтворена в тексті П. Мейла, пов’язана з купівлею і продажем нерухомості в сільській місцевості за завищеними цінами. Іноземні інвестори, парижани у змозі дорожче придбати будинок порівняно з можливостями місцевих. Такі економічні фактори спричиняють конфлікти інтересів і сварки. Массо розповів кумедну історію про фермера, який, завдяки галасливому півню, котрий щоранку о четвертій годині виконував свою «серенаду», змусив новоявленого сусіда-парижанина продати будинок і втекти назад до міста. Перед тим фермер багато років мріяв придбати сусідню садибу не стільки через напівзруйнований будинок, скільки через прилеглу до нього землю. Парижанин склав йому конкуренцію, купивши ділянку за більш високу ціну, встиг вкласти чимало грошей в оновлення дому й облаштування басейну. Після інциденту з півнем він не зміг домовитися із сусідом-фермером, подав скаргу до суду, але суд вирішив питання на користь селянина і його півня. Парижанин змушений був продавати майно вже за більш низькою ціною. У результаті фермер таки став власником омріяної землі, свою перемогу відсвяткував бенкетом, а голосистого півня відправив на святковий стіл. Як зазначає автор з іронією, Массо дуже сподобалась власна розповідь – «поразка парижанина, перемога й нова земля селянина, добрий ланч – у ній було все» [5, с. 68]. На запитання автора, чи насправді була ця історія, прозвучала відповідь: «Недобре сердити селянина» [Там само].



Важливу частину оповіді П. Мейла про інтеграцію містянина у руральний простір становить проблема самоідентифікації. Він не заперечує свого маргінального статусу й відповідного сприйняття його сусідами. Автобіографічний герой репрезентований як представник міської інтелектуальної еліти, здатної до аналітичного й критичного сприйняття дійсності, іронії та самоіронії. Він ретельно вивчає життя, побут, звички, традиції, розваги тутешніх мешканців, з величезною повагою ставиться до сільської праці, не прагне змінювати сільськогосподарського призначення земельної ділянки, прилеглої до його будинку. Частиною адаптації у новому середовищі є встановлення приятельських стосунків з сусідам, сприйняття їхніх побутових та господарських порад. Письменник із задоволенням слухає місцеві легенди та історії, попри частку іронії, змальовує провансальців з теплотою й повагою, окреслює яскраві характери – практичний і працьовитий Фостен, дивакуватий відлюдник Массо, балакучий Менікуччі, елегантний Бернар, перфекціоніст Рамон. Автор з іронією ставиться до власної необізнаності щодо специфічних рис сільського життя, він розуміє, що, можливо, інколи місцеві сприймають його як «міського телепня». Таке відчуття виникає у нього, приміром, під час спілкування зі збирачем грибів. Оповідач щиро дивується технологіям процесу збирання, незвичним йому здається й те, що грибок взятий лише в один гумовий чобіт. Цікавість бере верх і він все ж таки наважується розпитати чоловіка про ці дивні речі.

Водночас письменник переконується, що за певний проміжок часу життя в провінції він і його дружина змінилися. Вони особливо відчували свій новий стан і світогляд, коли потрапили на світську вечірку. Серед вишукано вдягнених, елегантних парижан, які неголосно розмовляли, подружжя відчувало себе чужинцями. Тепер у них не було жодного сумніву, що вони «перетворилися на справжніх селяків» («There was no doubt about it; we had turned into bumpkins») [14, с. 126]. Однак таке перетворення жодним чином не засмучує автора. Це очевидно із подальшого опису заходу, коли підігріті вином гості починають танцювати. Картина танців досить неприваблива, нагадує радше механістичне дійство, що відображає штучність стосунків, марний викид надлишкової людської енергії, а за цим – відчуття безглуздості й екзистенціальної порожнечі: «Комора здригнулася, і *le tout Paris* здригнувся разом з нею, а руки, ноги, сідниці та груди захиталися й затряслися. Вихиляючи стегнами та вимахуючи руками, щирячи зуби

й закочуючи очі, люди увивалися й дригалися, смикалися і *розслаблялися*, забувши про дорогі прикраси та відірвані гудзики, пославши до біса зовнішню елегантність.

Здебільшого їм були байдужі партнери. Вони танцювали, слухаючись рефлексів <...> комора, що обернулася в одну велетенську пульсацію, кипіла й шаленіла, і було нереально пройтися, щоб тебе не штурхнули ліктем, чи не шморгнули намистом» [5, с. 170]. Авторське несприйняття такого типу дозвілля очевидно.

Зрештою, повною мірою трансформація світоглядних орієнтирів – це подолання стереотипного сприйняття сільського життя як нецікавого, нудного для уродженців міста. На запитання одного з гостей-містян, чи не набридло їм перебувати в селі, відповідь автобіографічного героя емоційна й однозначно заперечна. У ній міститься чітка програма нової діяльності, сповненої цікавих вражень і відкриттів, завдання удосконалити власну французьку, не бракує англійцям і творчої мети – перебудова будинку, розпланування саду та інші корисні справи, які сповнюють життя сенсом.

## 2. Імагологічний дискурс оповіді

Особливістю твору П. Мейла є паралельне відображення його емігрантського досвіду, адаптації його родини в іншій країні, в інонаціональному середовищі. Його історія може слугувати яскравою ілюстрацією втілення літературою імагологічних стратегій, які передбачають створення етнообразів, що конструюють «не лише індивідуальні риси, а й етнічну (національну) ідентичність зображуваних персонажів, краєвидів чи історичної минувшини, подаючи певні їхні ознаки як “типові” для відповідної країни, “характерні” для цілого народу» [2, с. 54].

Письменник репрезентує інокультурне середовище, пильно спостерігає за темпераментом, звичками, особливостями побуту, дозвіллям французів. У полі зору навіть специфіка традиційних будівельних технологій, наприклад, автор помічає, що французи радше використовують у будівництві камінь там, де англійці й американці радше застосовують дерево, пластик або метал.

Імідж Іншого в книзі Мейла не позбавлений стереотипізації, але при цьому важливо, що він змальований на документальній основі, на ґрунті власних авторських спостережень.

Насамперед акцентується увага на гастрономічних пристрастях провансальців, смачна їжа для них справжній культ, ритуал і складник розуміння ними щасливого життя. Автор підтверджує усталене сприйняття французів як істинних гур-

манів, сторінки його книги буквально рясніють описами екзотичних страв, кулінарних винаходів, сортів і смаків вина, видів хліба та розмаїття випічки, змалюванням численних кафе, інтер'єрів ресторанів, барів, якими сповнений Прованс. У змалюванні їжі автор вдається до образної синестезії, прийомів ампліфікації та гіперболізації, описуючи раблезіанський об'єм обіду або вечері: «того вечора ми з дружиною їли за Англію», або: «Гурманів у Провансі хоч греблю гасти <...> французи з такою самою пристрасстю ставляться до їжі, як інші народи до спорту й політики» [5, с. 21–23].

Зауважимо, що у тексті подані без перекладу численні французькі назви містечок, кафе, газет, популярних сортів вина і страв, зустрічаються подекуди й ідіоматичні вирази. Застосування іноземної лексики будь-яким письменником важливо для створення образів інокультурного середовища, визначається дослідниками як інструмент поглибленого розкриття етноіміджів, адже «ці слова через тексти, вербальні побудови, лексичні групи утворюють значеннєвий і емоційний арсенал, що ним користується як письменник, так і читач» [11, с. 408]. Переконаємося, що П. Мейл застосовує таку методологію досить успішно.

Створення етнообразів британським письменником не позбавлене стереотипізації, опертя на традиційні міфологеми та сталі уявлення про стосунки, різницю характерів і темпераментів французів і англійців. Загалом, проблема співвідношення стереотипів та індивідуалізованого відтворення національних характерів – одна з центральних в імагології. Адже національний стереотип – «це посередник між нами та іншими культурами, їх неповноцінний еквівалент, своєрідний розпізнавальний знак, який має дуже умовний зв'язок з тими реаліями, які в етнопсихології називають національним характером <...> На цих умовних етнічних атрибутах засновано багато анекдотів, жартів, історій; від них відштовхується чимало літературних етнообразів, використовуючи стереотипний матеріал для створення певного естетичного ефекту» [12, с. 358]. На думку Д.-А. Пажо, стереотип «позбавлений багатозначності; на противагу цьому він має високу здатність до входження в різноманітні контексти, до миттєвого переформатування» [11, с. 404–405], але водночас, попри певне спрощення, яке несуть стереотипні образи, їх неможливо уникнути [12, с. 358].

П. Мейл досить традиційно окреслює психотип француза. Це людина рішуча, енергійна, інколи надлишково емоційна. Зазвичай гіперболізоване втілення цих рис ми мали змогу спосте-

рігати в комічних кінематографічних образах, які створював Луї де Фюнес.

Експресивність і темперамент французів П. Мейл відстежує безпосередньо у спілкуванні з провансальцями. Для стриманого англійця дивною видається, приміром, мова жестів та безліч фізичних контактів – поцілунків, обіймів, рукопотискань, до яких вдаються місцеві жителі під час спілкування. Автор зазначає, що йому як людині, що зростала в Англії і засвоїла декілька притаманних англійцям правил поведінки, знадобився деякий час, аби звикнути до таких особливостей спілкування французів. Оповідач спочатку не розумів жестикуляції співрозмовників, але згодом, не без допомоги місцевих, опанував цю «семіотику» тіла й зобразив її з часткою іронії: «для всякої серйозної та поважної бесіди слід звільнити обидві руки, щоб мати змогу розставляти візуальну пунктуацію, завершити недоказані речення, додати наголос або просто прикрасити мову, що сама собою як просте ворухіння губ не досить фізична для провансальця. Тому руки й завжди красномовні плечі відіграють неабияку роль у тихому обміні поглядами, і часто суть провансальської розмови можна вловити звіддалі, не чуючи слів, просто стежачи за виразом обличчя і рухами тіла, зокрема рук» [5, с. 129–130].

Нацьому ґрунтується іронічний висновок автора про те, чому в Провансі не набула популярності аеробіка – адже місцевим жителям вистачає фізичної розминки протягом десятихвилинної розмови.

Автор засвідчує й певні негативні прояви темпераменту і вдачі, звичок провансальців, стихійний анархізм їхньої поведінки, що виливається в нехтування правилами безпеки на дорогах, керуванні транспортом напідпитку тощо. Дивує автора й така особливість мешканців Провансу, як прагнення звинувачувати в усіх негараздах та місцевих екологічних проблемах туристів-іноземців і не помічати власної провини у забрудненні навколишнього середовища, створенні смітників у зонах відпочинку.

До загальновідомих (стереотипних) рис етноіміджів французів письменник додає власні спостереження й оцінки. Приміром, підкреслюється їхня величезна працездатність, майстерність і сумлінність, прагнення перфекціонізму при виконанні будь-якої роботи. Якщо це муляр, то його стіни й стеля завжди будуть мати довершений вигляд. Якщо це подружжя немолодих рестораторів, то обід у них смачний, а інтер'єр закладу затишний і охайний. Дивлячись на них, оповідач розуміє, з якою любов'ю вони ставляться

один до одного і до своєї роботи, а виходячи з ресторану, оптимістично сприймає екзистенціальну даність із думкою, що «старість, можливо, не така вже й кепська річ» [5, с. 55].

Неодмінною рисою французів у виконанні роботи є швидкість, спритність, незвичні для англійців темпи захоплюють автора. При цьому він виокремлює й такий специфічний штрих, як прагнення неодмінно продемонструвати свою обізнаність, фаховість у всіх галузях і сферах, до яких дотичний француз. Нерідко таке бажання обмежується створенням підходящого зовнішнього вигляду й використанням відповідних атрибутів і справного одягу: «Трохи згодом ми усвідомили, що збройна манія – це лише частина національного захоплення спорядженням та аксесуарами, пристрасного бажання мати вигляд майстра своєї справи. Коли француз сідає на велосипед, бере в руки ракетку чи стає на лижі, то найменше він хоче того, щоб світ сприйняв його за новачка, яким він насправді є, тому він споряджає себе відповідно до професійних стандартів» [5, с. 191].

Цікавою відмінністю у поведінці французів і англійців на рівні побутової культури, яку запримітив оповідач і підкреслив, що ніким раніше вона не була помічена й описана, – звичка використовувати багато скляного посуду під час вечірок і фуршетів. Якщо англієць зазвичай п'є шампанське з одного келиха протягом усього вечора, то француз, зробивши один ковток, ставить фужер на стіл. Автор пояснює це особливостями поведінки й манерою спілкування, потребою звільнити обидві руки для жестів під час розмови. У результаті на столі збирається ціла зграйка використаних келихів, і вже неможливо розпізнати, кому який належить. Тому господар змушений подати нову порцію чистих фужерів, але через певний час усе повторюється знову. Такі нюанси у змалюванні побутової поведінки дозволяють створити повнокровний і живий образ Іншого.

Як бачимо, Пітер Мейл свідомо намагається відійти від стереотипів, додаючи документальні риси й тонкі спостереження до своєї оповіді. Водночас у книзі наявні й елементи гротескового іміжетворення, які пов'язані саме зі стереотипами традиційних уявлень про стосунки між англійцями й французами. У тексті вони проілюстровані низкою анекдотів про англійців, які розповідають французи, що містять усталені міфи про звички, особливості менталітету, традиції британців. Письменник сприймає ці оповідки свідомо стримано, з достатньою часткою гумору, пише про них в іронічно-заперечливому тоні.

Важливим складником імагологічної стратегії автора є процес самоідентифікації, осмислення власного Я через стосунки з Іншим. У книзі це самовиявлення розкривається через обрис емігрантського досвіду героя, проблем, з якими зіштовхується людина, опинившись в іншій країні. Тут і опанування іноземної мови у її розмовній і навіть діалектній формі, подолання непорозуміння й початкові складнощі спілкування з місцевими мешканцями. До складних моментів відносяться також зіткнення з проявами тамтешньої бюрократії при оформленні документів, купівлі нерухомості та авто, що змушує оповідача визнати «дві царини людських поривань, де Франція випереджає весь світ – бюрократія й гастрономія» [5, с. 32]. Про проблеми адаптації в інонаціональному середовищі письменник оповідає з почуттям гумору та іронією, й саме ці риси його вдачі допомагають долати перешкоди й розвінчувати стереотипні сприйняття англійців як похмурих людей, схильних до депресивних станів. На противагу автор деміфологізує усталене уявлення про повсякчасний оптимізм французів, спостерігаючи депресивні настрої сусідів-провансальців у зимові сезони під час холодних вітрів-містралів.

В окремих ситуаціях оповідач чітко усвідомлює свою відмінність від сільських жителів та мешканців французького Провансу. Спостерігаючи за азартом місцевих мисливців, автор висловлює обурення з приводу жорстокості полювання й зазначає, що, ймовірно, ніколи не стане справжнім сільським мешканцем, і допоки воліє «бачити дикого кабана на копитах, а не на тарілці, не зможу називатися справжнім французом» [5, с. 233]. Хоча подальші зауваження про небажання «поклонятися шлунку» й цивілізоване уникнення «жаги крові» іронічно розвінчуються коментарем про настання обіднього часу, коли автор із задоволенням споживає запеченого з травами й гірчицею дикого кролика. Послугуючись класифікацією відомого американського психолога Джона Беррі, який докладно вивчав процеси акультурації саме у формах індивідуальних, а не колективних, і виокремлював чотири основні її прояви – асиміляція, сепарація, маргіналізація та інтеграція [13, с. 27], можна стверджувати, що у своїй книзі британський письменник проілюстрував саме спосіб інтеграції, що передбачає збереження власної культурної ідентичності та толерантне ставлення до іншої національної культури.

Історія Пітера Мейла – це сюжет успішної, з власної волі, а не вимушеної еміграції, вдалого

привичаювання до нових реалій життя й до інонаціонального середовища. Адже попри всі складнощі й непорозуміння, місцеву екзотику й дивацтва, він приймає провансальців, а провансальці приймають його, товаришує з сусідами, пише про них із теплотою. Головний підсумок автора наприкінці його річного перебування з дружиною у Провансі: «Ми почувалися вдома».

**Висновки і перспективи.** Таким чином, автобіографічна книга Пітера Мейла «Рік у Провансі», у якій розкрито досвід письменника-емігранта, його успішної інтеграції до інокультурного рурального середовища, висвітлює низку екзис-

тенціальних проблем сьогодення. Оповідь містить окремі ознаки травелогів, однак не обмежується цими складниками, а по суті, являє соціально-психологічне дослідження міграційних процесів, існування та самоідентифікації людини у складному мультикультурному світі.

Книга отримала продовження – «Ще один рік у Провансі» (1999) та екранізацію «Добрий рік» (2006). Цей матеріал, безперечно, цікавий для здійснення імагологічних студій та подальших досліджень руралізації, проблем, пов'язаних з еміграцією та міграційними процесами всередині країн, специфіки їх відображення в художніх творах.

#### Список літератури:

1. Білик Н. Стратегії компаративістики в сербському романі порубіжжя XX – XXI сторіч. Київ : Освіта України. 2018. 693 с.
2. Будний В. Розгадка чарів Цірцеї: національні образи та стереотипи в освітленні літературної етноімагології. *Слово і Час*. 2007. № 3. С. 52–63.
3. Дизерінк Х. Імагологія та питання етнічної ідентичності. *Літературна компаративістика*. Вип. IV: *Імагологічний аспект сучасної компаративістики: стратегії та парадигми*. Ч. II. Київ : ВД «Стилос». 2011. С. 382–395.
4. Дністрянський М. С. Етнонаціональна мозаїчність сільського і міського населення України: пізнавальні та прикладні аспекти. *Український географічний журнал*. 2001. № 2. С. 17–22.
5. Мейл П. Рік у Провансі. (переклад з англ. О. Гладкого). Харків : Vivat, 2020. 256 с.
6. Наливайко Д. Актуальні проблеми структури й стратегії літературної імагології. *Літературна компаративістика*. Вип. IV: *Імагологічний аспект сучасної компаративістики: стратегії та парадигми*. Ч. I. Київ : ВД «Стилос». 2011. С. 4–60.
7. Павлов О. Руралістика: теорія, методологія, наукові напрями. Одеса : Астропринт. 2018. 408 с.
8. Павлов О. Руралізм як світогляд та ідейна течія: історичний вимір. *Регіональна історія України*. Збірник наукових статей. Вип. 12. 2018. С. 157–186.
9. Павлов О. Сутність теоретичних засад руралістики: понятійно-категоріальний апарат. *Економіка АПК*. № 5. 2016. С. 30–37.
10. Павлов О. Предметне поле сільської історії як складової руралістики. *Регіональна історія України* : зб. наук. статей. Київ : Ін-т історії України НАН України. 2015. Вип. 9. С. 69–86.
11. Пажо Д.-А. Від культурних кліше до імажінарного. *Літературна компаративістика*. Вип. IV: *Імагологічний аспект сучасної компаративістики: стратегії та парадигми*. Ч. II. Київ : ВД «Стилос», 2011. С. 396–430.
12. Будний В., Ільницький М. Порівняльне літературознавство : навчальний посібник. Київ : ВД «Києво-Могилянська академія». 2008. 430 с.
13. Berry J.W. Conceptual approaches to acculturation. *Acculturation: Advances in theory, measurement and applied research*. Washington, DC : American Psychological Association, 2003. pp. 17–37.
14. Mayle P. A Year in Provence. Published By Vintage, 1991. 241 p.
15. Robinson G. M. Conflict and change in the countryside: Rural society, economy and planning in the developed world. Chichester : John Wiley and Sons, revised edition, 1995. 482 p.

**Zayarna I. S. ARTISTIC EMBODIMENT OF RURALIZATION PROCESSES AND IMAGOLOGICAL DISCOURSE IN PETER MAIL'S BOOK "A YEAR IN PROVENCE"**

*The article deals with the principles of artistic representation of the process of ruralization and imagological problems in the autobiographical work by Peter Mayle "A Year in Provence".*

*The author depicts the features of modern ruralization through the experience of his own resettlement from an English metropolis to a French province in Provence. It was revealed that the writer is primarily interested in the psychological aspects of ruralization caused by the change in the area of accommodation from urban to rural, he describes the peculiarities of the relationship between peasants and migrants from the city, analyzes the problem of migrant's marginalization. The book reflects the processes of blurring the boundaries between urban and rural styles of life, the positive and negative consequences of urbanization of the rural environment, the desire to preserve its traditional appearance, and environmental challenges. The author overcomes stereotypical ideas about rural life as boring and uninteresting for a city dweller.*

*The depiction of the process of integration of townspeople into the rural space is combined in P. Meil's book with a description of the experience of emigrating to another country and overcoming a set of adaptation problems. It was found that the author's imagological strategy is embodied in vivid descriptions of a foreign cultural and foreign environment, in the depiction of the ethnic images and psychotype of the French. The author partially uses image-making stereotypes and at the same time overcomes them; based on his own observations, he creates individualized characters. An important component of the formation of the image of a foreign cultural space is the incorporation of the French language into the text – names of cities, dishes, newspapers, cafes, idioms.*

*On the background of revealing parallel processes of integration and adaptation to the rural environment and to a foreign culture and language, the writer's autobiographical story traces existential problems, understanding of one's own self and human existence in the modern globalized world.*

**Key words:** *ruralization, ethnic image, imagological strategy, autobiographical story, emigration.*

**Костромицький Р. І.**

Бердянський державний педагогічний університет

## СИМВОЛІКА ЛАБІРИНТУ В РОМАНІ УМБЕРТО ЕКО «ІМ'Я ТРОЯНДИ»

*У статті проаналізовано специфіку знаковості постмодерної прози на прикладі роману У. Еко «Ім'я троянди» (1980). Особливу увагу приділено дослідженню семантичного поля такого знаку як лабіринт. Узагальнено історичні витоки різних моделей лабіринту, представлених в культурному дискурсі, визначено історичні архітектурні споруди, які стали поштовхом для формування їх змістового наповнення. З'ясовано основні варіанти інтерпретації символу лабіринт у романі «Ім'я троянди». Продемонстровано реалізацію таких типів лабіринту як маньєристичний, лабіринт Мінотавра та ризоматичний.*

*Особлива увага приділяється дослідженню структури, функціонального навантаження та міфологічної основи лабіринту Мінотавра. Такий лабіринт має чітку структуру: вхід і центр, в якому знаходиться хтонічна істота. Дорога в лабіринті може наблизитися або відділятися, але вона обов'язково введе героя у центр споруди. Визначається символіка образів античного міфу. Досліджується лабіринт як сакральний простір для проходження персонажами ініціації. Споруда є унікальною конструкцією, яка дозволяє від'єднати неофіта від соціуму, провести ритуал та повернути у новому статусі. Вбивство Мінотавра (уособлення бінарності людської природи) символізує перемогу людської раціональності над первісними тваринними інстинктами, подолання власної недосконалості та набуття сакрального знання та мудрості.*

*Для аналізу роману залучається матеріал есе “Нотатки на полях «Імені троянди» (1983)”, у якому письменник подає оригінальну класифікацію лабіринтів. У. Еко пропонує виділяти грецький, маньєристичний та ризоматичний лабіринти. У статті досліджуються усі три типи, але особливу увагу приділено саме ризоматичному лабіринту, який виступає матрицею для вибудовування моделі світу постмодерного роману. Такий підхід дозволяє зробити детективний сюжет ще більш заплутаним. Зазначається, що письменник вдається до інтелектуальної гри з читачем, розширюючи жанровий потенціал детективного роману. Автор дійшов висновку, що лабіринт у романі У. Еко «Імені троянди» (1983), представлений як символ пастки, сакральна просторова конструкція, модель свідомості та внутрішнього світу людини та жанрова модель постмодерного роману.*

**Ключові слова:** знак, символ, лабіринт, роман, ініціація, ризома, постмодернізм.

**Постановка проблеми.** Наявність знакових утворень у постмодерних текстах є проявом тенденції пошуку цілісності, хоча теорія постулює протилежні стратегії. Відомий літературознавець Д. Фоккема, досліджуючи конструктивні параметри постмодерних текстів, намагається з'ясувати, як працює принцип нонселекції на найбільш репрезентативних рівнях: від лексичного до структурно-текстового. Дослідник зазначає, що твори митців постмодерну містять комплекс найчастіше повторюваних знаків-лексем [13]. Цю ж тенденцію підкреслює українська філологиня Н. Бездір, яка слушно зауважує, що показовою характеристикою постмодерного стилю є орієнтація на «знакові комплекси, які називають символами, кодами, симулякрами, емблемами» [2, с. 78]. Найбільш репрезентативними для нашого дослідження є такі знаки: подорож та лабіринт.

Зазначимо, що концептуальний потенціал знаку «лабіринт» привертав увагу митців від доби Античності до сучасності саме завдяки іманентній глибині та багаторівневості. Представники постмодернізму часто звертаються до художнього потенціалу цієї семантичної одиниці. Матеріалом нашого дослідження є роман «Ім'я троянди» (1980) відомого італійського письменника Умберто Еко.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретико-методологічною основою нашої роботи є праці учених, у яких розроблено науковий інструментар дослідження постмодерних текстів. Важливими для нас є розвідки Ж.Ф. Лютара, Д. Фоккема, Ж. Делеза, Р. Барта, М. Фуко. Досвід поважних науковців дозволяє аналізувати постмодерні тексти як багатошарові, відкриті утворення, знакові системи, що постійно трансформуються через взаємодію з читачем. Роман

Умберто Еко «Ім'я троянди» (1980) після своєї появи набув популярності не тільки у читачької аудиторії, а й в академічному світі. Особливо уваги заслуговують праці вітчизняних літературознавців К. Бурмаченко [3], Д. Затонського [8], Л. Масімової [9], присвячені вивченню поетики постмодерної прози У. Еко. Певні аспекти символіки ризоматичного лабіринту проаналізовані у статті О. Барми [1], проте ґрунтовного і системного дослідження символіки лабіринту в романі У. Еко «Ім'я троянди» (1980) на сьогодні немає, цим і пояснюється актуальність нашої роботи.

**Постановка завдання.** Мета нашої статті – проаналізувати символічне поле знаку лабіринт у романі У. Еко «Ім'я троянди» (1980). Мета передбачає реалізацію завдань: узагальнити історичні та культурні витoki різних моделей лабіринту, з'ясувати основні варіанти інтерпретації символу лабіринт у романі «Ім'я троянди», продемонструвати специфіку реалізації таких типів лабіринту як маньєристичний, лабіринт Мінотавра та ризоматичний. Для досягнення завдань застосовано системний підхід із залученням міфологічного та структурно-семіотичного методів. Перш ніж почати говорити про особливості інтерпретації символіки лабіринту письменником, вважаємо за необхідне зробити огляд культурної рефлексії цього феномену.

**Виклад основного матеріалу.** Лабіринт – це складна концепція, що активно функціонує у різних сферах мистецтва та культури. Сам термін походить від давньогрецького слова *λαβύρινθος*, яке використовувалося для ідентифікації складної архітектурної споруди з великою кількістю кімнат, відгалужень, заплутаних коридорів, серед яких один веде до виходу. Найдавніший лабіринт збудовано у часи фараона Аменемхета III (орієнтовно 2 тисячі років до нашої ери) в Єгипті неподалік від озера Мойріс. Ця велична гранітна споруда площею декілька тисяч метрів була резиденцією фараонів та виконувала адміністративну та ритуальну функцію. Грецький історик Геродот в книзі «Історія» описав свої враження після відвідування лабіринту: «Отже, він має в собі дванадцять дворів під дахами з брамами, розташованими одна навпроти іншої. Шість із них виходять на північ, а шість – на південь. А ззовні їх оточує один і той самий мур. Усередині є там два ряди залів, одні підземні, а інші над ними на землі, всіх разом три тисячі, кожний ряд має їх тисячу п'ятсот» [4, с. 123]. Геродот підкреслив професійність давніх майстрів, які змогли створити величну будівлю з мармуру, оздобити її різьбою та віртуозно підігнати архітектурні елементи.

Історик один із перших звернув увагу на концептуальну особливість цієї архітектурної споруди – геометричну складність: «Шлях, яким треба пройти, щоб вийти з приміщень, дуже звивистий у дворах і заплутаний так, що я майже заблукався, переходячи з двора до залів, а з залів до коридорів із колонами, а з них до інших приміщень під дахами, а з цих залів до інших дворів» [4, с. 123]. На жаль, сьогодні від цієї масштабної споруди залишилися лише підвалини будівель.

Найбільш актуалізованим через античну міфологію в європейській культурі є грецький (Кносський) лабіринт Мінотавра. Мешканці Еллади називали лабіринтом палац правителів Криту, побудований на замовлення царя Міноса у місті Кнос афінським майстром Дедалом під враженням від масштабного єгипетського зразка. Особливість цього лабіринту полягала в тому, що складність і заплутаність його будови були підпорядковані задачі не допустити виходу міфологічної істоти Мінотавра за межі споруди і по суті ув'язнити її. Лабіринт представляв собою багаторівневу структуру з численними переходами, коридорами і кімнатами, що робило його важким для розуміння та орієнтування. Завдяки цьому лабіринту Мінотавр легко утримувався й ізолювався від решти світу.

Довгий час споруда вважалася міфологічною але на початку XX століття її відкрив британський археолог Артур Еванс. Цікаво, що критські монети ще у V столітті до нашої ери містили карбування вже редукованої моделі лабіринту без відгалужень і додаткових ходів з чітко вираженим центром, де за легендою знаходився Мінотавр. Саме наявність центру є важливою специфічною особливістю грецького лабіринту, що принципово відрізняє його від єгипетського (символ заплутаності й пастки).

У сучасному культурологічному словнику З. Гіптерс підкреслюється, що «у сучасній мові лабіринт також означає не тільки споруду, з якої важко знайти вихід, а заплутані стосунки, ситуації, думки» [5, с. 179]. Німецький дослідник Г. Керн в своєму ґрунтовному дослідженні «Through the Labyrinth. Designs and Meanings over 5000 years» вказав на проблему сучасної культурної інтерпретації терміну лабіринт. Учений вважає, що розуміння лабіринту саме як пастки є спотворенням первинної природи лабіринту та його культурної ролі, яка найбільш рельєфно увиразнюється саме на прикладі лабіринту Мінотавра. Структурно у такого лабіринту є чітко визначений центр і один вихід. Дорога, яка веде до центру, може наближатися до

нього, або віддалятися, однак вона обов'язково виведе безпосередньо у локус, який є важливим сакральним центром усієї споруди [15, с. 154].

У класичному міфі Тесеї знайшов Мінотавра завдяки допомозі коханої Аріадни, доньки царя Міноса. Перед тим, як Тесеї відправився в лабіринт, вона дала йому нитку і поради, яким чином він може знайти шлях до Мінотавра та повернутися назад. Герой пройшов через заплутані коридори до місця, де перебував міфічний монстр. Після зіткнення з Мінотавром і його знешкодження Тесеї використав ту саму нитку, щоб знайти шлях назад до виходу з лабіринту. Це дозволило йому безпечно повернутися до зовнішнього світу та коханої Аріадни.

Для адекватної інтерпретації міфу важливо правильно визначити символіку та функціональне навантаження його образів. Лабіринт – це сакральний простір, у якому відбувається ініціація головного героя. Споруда дозволяє дистанціювати неофіта від зовнішнього світу саме через специфіку своєї конструкції. Дослідник ініціативних ритуалів А. Геннеп зазначає, що процес набуття нового статусу через ритуал відбувається у три етапи: виділення із соціуму, проміжна фаза (участь у випробуванні, яке призводить до переходу учасника у новий статус), реінкорпорація людини у суспільство з новим досвідом і в новому статусі [14, с. 65]. Відтак, лабіринт – оптимальний топос для обряду ініціації. Міфологічний Тесеї, потрапляючи у лабіринт, дистанціюється від повсякденного світу (перший етап), проходить темною стежкою до центра споруди, де зустрічає хтонічну істоту, яку перемагає у двобої (другий етап), і повертається з новим досвідом, скориставшись ниткою Аріадни (третій етап).

Функцію помічника виконує кохана дівчина: її подарунок символізує силу почуття, яке веде героя і не дозволяє втратити абсолютний зв'язок із зовнішнім світом. Мінотавр – істота бінарної природи, у нього тіло людини і голова бика. Його існування в лабіринті окремо від соціуму свідчить про втрату людської подобі та домінування агресивної звірячої складової. Битва Тесеї і Мінотавра символізує внутрішній конфлікт, боротьбу між інстинктами та раціональністю, подолання своїх ірраціональних страхів та фобій, набуття унікального досвіду через осягнення сутності власної природи. Отже, лабіринт Мінотавра може бути потрактований як модель ініціативного перетворення, як випробування на шляху до перемоги над власною недосконалістю, набуття сакрального знання, нового рівня свідомості, мудрості та сили.

Символом духовних пошуків є символічні лабіринти у сакральних спорудах християнства. У цьому контексті варто згадати про Шартський готичний собор у Франції. Перед входом у будівлю на підлозі плиткою і каменем викладено вражаючий за своїм витонченим дизайном і масштабами стилізований лабіринт, який мав заплутані, звивисті стежки та чітко визначений центр – простір сакральної трансформації. За задумом архітекторів духовний шлях вірянина починався із проходження лабіринту, а потім можна було потрапити в середину храму.

Цікаву класифікацію лабіринтів запропонував італійський письменник Умберто Еко. Через три роки після виходу у світ найвідомішого його роману «Ім'я троянди» (1980) він пише есе «Нотатки на полях «Імені троянди» (1983)», у якому вдається до пояснення багатьох дискусійних моментів твору. Письменник розмірковує над специфікою та жанровою природою постмодерного роману, його проблематикою, прийомами нарації, інтертекстуальністю, особливістю головного героя тощо.

У розділі «Метафізика детективу» У. Еко детально роз'яснює концепцію твору, яку покладено в основу його сюжетної і композиційної організації. Модель світу вибудовується за структурою лабіринту. На думку письменника, лабіринти бувають трьох типів: грецький (лабіринт Тесеї, специфіку якого ми детально розписали), маньєристичний (складна модель лабіринту з великою кількістю коридорів і тупиків, вихід з якого досягається певною кількістю проб і помилок) і лабіринт-ризом (складне переплетіння доріжок без чітко визначеного центру, периферії та виходу) [12, с. 22]. Саме третій варіант – ризому – У. Еко обирає як матрицю для вибудовування світу у романі «Ім'я троянди» (1980), адже, на його думку, можливості такого світу «безмежні» [12, с. 22].

Письменники-постмодерністи, провокуючи активність читача в пошуку відповідей, дуже часто вдаються до різних містифікацій та інтелектуальних провокацій. Жанрова форма детективу створює креативний простір для інтелектуальної гри з читачем. На нашу думку, такою ж інтелектуальною грою є і текст роману «Ім'я троянди» (1980), і есе «Нотатки на полях «Імені троянди» (1983). «Нотатки...» починаються з уже хрестоматійної думки письменника, що автор не повинен коментувати власний твір, адже це обмежує кількість прочитань, закладених в саму природу роману як «машини-генератора інтерпретацій» [12, с. 5], при цьому сам письменник детально розтлумачує дискусійні моменти твору.



Ще один цікавий момент – У. Еко зазначає, що світ роману «Ім'я троянди» вибудований саме як ризома [12, с. 22], а через декілька абзаців стверджує: «Мій текст, по суті, є історією лабіринтів, і це абсолютно не обмежується просторовими аспектами» [12, с. 23]. Далі ми продемонструємо, що у романі представлено усі три згадані вище моделі лабіринтів.

Письменник для твору обирає ризоматичний лабіринт у якості основи моделі світу. У. Еко веде читача крізь простір свого тексту коридорами сюжету, занурюючись у внутрішній світ персонажів, намагаючись розплутати детективну інтригу та знайти вбивцю. Кожен крок і сюжетний поворот актуалізують нові питання і загадки, які дозволяють читачеві досліджувати художній світ роману.

Лабіринт тексту складний і багаторівневий, а його читання – це розгадування складної головоломки, де кожна подія, діалог і знак мають своє значення та, на перший погляд, підпорядковуються детективній логіці розвитку сюжету. Хоча логіка в межах ризоматичної системи не є адекватним інструментом шляхом пошуку істини. Дуже влучно зазначив В. Федь: «...ризома як поняття і ризоматика як метод дослідження складають оригінальний підхід до розв'язання проблем систематизації, ієрархічності, співіснування культуротворчих процесів ...» [11, с. 141]. У межах такої системи постмодерністи актуалізують знаковість. Важливість знаків У. Еко підкреслює в одному з фінальних діалогів головних героїв: «Я ніколи не сумнівався в істинності знаків, Адсо – це єдине, що має людина, щоб орієнтуватися у світі» [6, с. 533].

Роман «Ім'я Троянди» має складну інтертекстуальну природу. Крім захоплюючого детективного сюжету у тексті представлено багато шарів: історичний, літературний, філософський, релігійний, міфологічний, психологічний. Тому процес успішного «розгадування» постмодерністського твору – пошук виходу з лабіринту – вимагає від читача уваги до дрібних деталей та неабиякого інтелектуального напруження. Для філологічно невідготовленого читача це може викликати труднощі, а сам процес читання нагадує блуканням хащами інтелектуального лабіринту: «Один сімнадцятирічний юнак сказав, що нічого не зрозумів у моїх богословських дискусіях, однак сприймав це як певне продовження просторового лабіринту» [6, с. 22]. У цьому контексті цікавою є думка М. Нестелеєва: «У літературі здавна складалася традиція зображувати лабіринти та використовувати їх як моделі текстотворення... Дочитати текст – не означає вийти із заплутаної ситуації,

адже його тлумачення породжує нові смисли, розбудовуючи наявний маршрут» [10, с. 22].

Представники постмодернізму дуже скептично ставляться до великих метанаративів (Ж. Ф. Лютар), які визнавалися базовими в культурі попередніх епох: досвід, прогрес, історія, адже контекст постмодернізму це «...безперервний процес одночасного розпаду та перетворення в межах безлічі мистецьких, культурних та інтелектуальних традицій» [7, с. 539]. А істина досягається поєднанням різнопланових інтерпретацій та підходів. У. Еко у своєму романі демонструє дуже скептичне ставлення до такого універсального метанаративу як логіка. На думку письменника, вона втрачає свій статус єдиного і незаперечного інструмента визначення істини. Так, головний герой твору Вільгем пояснює супутнику алгоритм пошуку злочинця, який на практиці виявився зовсім «нелогічним»: «Я вислідив Хорхе, шукаючи призвідника всіх злочинів, а натомість ми виявили, що фактично кожен злочин мав іншого призвідника, або й не мав його. Я вислідив Хорхе, шукаючи план, укладений звироднілим, раціональним умом, а плану ніякого не було, точніше, самого Хорхе здолав його ж початковий план, а відтак розпочався цілий ланцюг причин, супутніх причин, суперечливих між собою причин, які розгорталися самочинно, творячи пов'язання, які не залежали від жодного плану. Який хосен з цілої моєї мудрості? Я поведився, як упертюх, переслідуючи якусь примару ладу, а я б мав добре знати, що немає ладу у вселенній» [6, с. 533].

Розлога цитата з тексту яскраво демонструє неспроможність логіки (класичного дедуктивного методу) вирішити складні завдання пошуку істини у постмодерному ризоматичному світі – знайти вихід з розгалуженого лабіринту буття. Адже ризома виключає будь-які принципи центрації, які властиві людському мисленню. Проте методика пошуку дуже нагадує алгоритм, який застосовується саме для «маньєристичного» типу лабіринту «розгалужених коридорів з великою кількістю глухих кутів – вихід з якого у підсумку досягається через певну кількість проб і помилок» [12, с. 45].

Третій тип лабіринту (Тесея/Мінотавра) активно залучається письменником. Детектив проходить професійну ініціацію, намагаючись розгадати загадку бібліотеки та знайти вбивцю.

Бібліотека-лабіринт – сакральний простір для здійснення ченцями «професійної» ініціації. Саме про це говорить абат Вільяму: «Бібліотека сама себе захищає, вона бездонна, як істина, яку вона містить, і оманлива, як облуда, яку вона криє у собі.

Духовному лабіринтові відповідає ще й лабіринт земний. Можна увійти, а потім не вийти» [6, с. 59]. Бібліотека також сприймається персонажами як велика страхітлива істота з нутроцями у вигляді лабіринту. Монастирський майстер-скляр Никола у діалозі з детективом якраз і описує таку ситуацію, коли один із ченців не був готовий до зустрічі з власними страхами (не зміг перемогти Мінотавра) та не пройшов ініціацію: «... вночі пробрався в бібліотеку по книгу, яку Малахія не хотів йому дати, і побачив зміїв, людей без голови і людей з двома головами. А коли вийшов з лабіринту, то мало не збувся розуму...» [6, с. 115].

Цікаво, що відправляючись у подорож сторінками роману, певну ініціацію також проходить і читач. Але вихід із лабіринту тексту зможе знайти тільки той, хто вдумливо і свідомо бере участь в цій ініціації. По суті, читацька інтерпретація (пам'ятаємо про роман як машину інтерпретації) – це індивідуальний маршрут Тесея лабіринтом тексту з напрацюванням свідомістю власної особистісної рецептивної системи через інтелектуальні випробування.

Мінотавр з'являється у житті персонажів з тим, щоб кожен з них розібрався у собі. Отже, поєднок з Мінотавром у лабіринті є своєрідним випробуванням (ініціацією), яке дозволяє особистості полишити вагання, перемогти свої страхи. Письменник пропонує персонажам і читачеві зробити вибір: залишитися в полоні своїх страхів чи здобути свободу. Щоб вийти з лабіринту людська свідомість не повинна потрапити в пастку своїх власних страхів і тривоги. У цьому випадку справжнє значення життя викривається фальшивими ідеалами. Шлях до здобуття дуже простий. Достатньо лише усвідомити, що людський розум за своєю природою є вільним. Звідси і Мінотавр, і лабіринт – це лише ілюзія, яку генерує сама свідомість.

Як бачимо, символ лабіринту широко представлений у романі У. Еко. У постмодерністській трактовці ризоматичного лабіринту (лабіринт – символ безвиході, пов'язаний з відсутністю входу, виходу

та центру), письменник протиставляє структурований лабіринт «свідомості». Постмодерністський знак У. Еко найчастіше переосмислюється та використовується для моделювання внутрішнього простору людської особистості. Згідно з концепцією книги, лише усвідомивши для себе сутність таких життєвих орієнтирів як любов, віра, знання, читач зможе знайти вихід із лабіринту.

Лабіринт тісно пов'язаний з наступним знаком, який виділив Д. Фоккема. Це «подорож (без мети)». Безумовно, наявність/відсутність мети є концептуально значущою характеристикою цього знаку. Блукання героїв лабіринтом бібліотеки (культури або власної свідомості) у романах У. Еко репрезентовано як індивідуальний шлях кожного.

**Висновки.** Мотив подорожі для письменника тісно пов'язаний з проблемою пошуку. Подорож звивистими коридорами лабіринту вирішує завдання осягнення героєм і читачем своєї природи. Наявність для героїв У. Еко чітко усвідомленої мети пошуків є необхідною умовою успішного проходження ініціації та знаходження виходу з лабіринту. У кожній людині свій особистий маршрут у лабіринті з унікальним набором випробувань, і пройти ці випробування людина повинна сама. У результаті подорожі по лабіринту персонажі вирішують для себе найважливіші завдання пошуку професійної, культурної та особистісної самоідентифікації. Саме такий авторський підхід дозволяє письменникові вирішити проблему виходу з постмодерністського лабіринту. Важливо відзначити, що пошук особистості своєї самоідентифікації не є характерним для постмодерністських текстів із їх чітко вираженою інтенцією на деконструкцію на всіх рівнях. Письменник вдається до інтелектуальної гри з читачем, розширюючи жанровий потенціал детективного роману. Символічне поле лабіринту в романі У. Еко утворюється семантикою знаку, просторової конструкції, моделі свідомості і внутрішнього світу людини, жанровим різновидом постмодерного роману.

#### Список літератури:

1. Барма О. Концепція ризоморфного лабіринту в культурі постмодерну. *Художня культура. Актуальні проблеми*. 2013. Вип. 9. С. 16–22.
2. Бедзір Н. Мова символів у творах словацького постмодернізму // *Науковий вісник Ужгородського університету*. Ужгород : УжНУ, 2003. Вип. 8. С. 78–83.
3. Бурмаченко К. Ю. Поетика постмодерного мистецтва Умберто Еко [Текст] : дис. ... канд. філос. наук : 09.00.08 / Бурмаченко Кирило Юрійович ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. К., 2012. 188 с.
4. Геродот. Історії в дев'яти книгах / переклад з давньогрецької А. Білецького. Київ : Наукова думка, 1993. 575 с.
5. Гіптерс З. В. Культурологічний словник-довідник. Нац. банк України : ВД «Професіонал», 2006. 328 с.

6. Еко У. Ім'я рози. Харків : Фоліо, 2013. 768 с.
7. Енциклопедія постмодернізму ; пер. з англ. В. Шовкун ; за ред. Ч. Вінквіста та В. Тейлора. К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2003. 503 с.
8. Затонський Д. Про життя, яке саме себе імітує : [аналіз "Ім'я троянди" У. Еко, «Запахи» П. Зюскінда та ін. творців постмодернізму]. *Зарубіжна література*. 2002. № 24. 24 с.
9. Масімова Л. Г. Концепція людини та світу в публіцистичній і художній творчості Умберто Еко [Текст] : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Масімова Лариса Гагиківна ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. К., 2008. 222 с.
10. Нестелеєв М. Лабіринти американського постмодернізму. Перший том. Київ : Темпора, 2023. 328 с.
11. Федь В. Ризома та симулякр у сучасних культуротворчих процесах. *Схід*. 2011. № 4 (111). С. 141–145.
12. Eco U. Reflections on the "Name of the Rose" [translated by W. Weaver] London : Secker & Warburg, 1994. 80 p.
13. Fokkema D. The Semiotics of Literary Postmodernism. *International postmodernism. Theory and literary practice* / [edited by H. Bertens, D. Fokkema]. Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins publishing company, 1997. P. 15–42.
14. Genep Arnold. The Rites of Passage. Translated by Monika B. Vizedom and Gabrielle L. Caffee. Second Edition. Chicago : The University of Chicago Press. 2019. 256 p.
15. Kern Hermann. Through the Labyrinth. Designs and Meanings over 5000 years. Prestel, 2000. 360 p.

### **Kostromitsky R. I. THE SYMBOLISM OF THE LABYRINTH IN THE NOVEL "THE NAME OF THE ROSE" BY UMBERTO ECO**

*The article outlines the specificity of signification in postmodern prose using Umberto Eco's novel "The Name of the Rose" (1980) as an example. Special attention is given to exploring the semantic field of the labyrinth symbol. Historical origins of various labyrinth models are generalized, architectural structures that influenced their content are identified. The main interpretations of the labyrinth symbol in the novel are elucidated, including the mannerist, Minotaur's labyrinth, and rhizomatic types. A detailed examination of the structure, functional load, and mythological basis of the Minotaur's labyrinth is provided. This labyrinth has a clear structure: an entrance and a center where the chthonic creature resides. The journey in the labyrinth may converge or diverge, but it invariably leads the hero to the center. The symbolism of ancient mythic images is defined. The labyrinth is explored as a sacred space for characters' initiation rites. It serves as a unique structure to disconnect the neophyte from society, conduct a ritual, and return them in a new status. The slaying of the Minotaur (an embodiment of the duality of human nature) symbolizes the triumph of human rationality over primal animal instincts, overcoming one's imperfections, and acquiring sacred knowledge and wisdom.*

*The analysis of the novel is supplemented by materials from the essay "Notes on 'The Name of the Rose' (1983)", where the author provides an original classification of labyrinths. Umberto Eco suggests distinguishing between Greek, mannerist, and rhizomatic labyrinths. While all three types are explored in the article, particular emphasis is placed on the rhizomatic labyrinth, which serves as a matrix for constructing the model of the postmodern novel's world. This approach adds further complexity to the detective plot. It is noted that the author engages in an intellectual game with the reader, expanding the genre potential of the detective novel. The conclusion reached is that the labyrinth in Umberto Eco's "The Name of the Rose" (1983) is presented as a symbol of entrapment, a sacred spatial construction, a model of consciousness and the inner world of humanity, as well as a genre model of the postmodern novel.*

**Key words:** sign, symbol, labyrinth, novel, initiation, rhizoma, postmodernism.

**Лазірко Н. О.**

Дрогобицький державний педагогічний університет  
імені Івана Франка

## РОМАНТИЧНА ТРАДИЦІЯ КРИСТІАНА ДІТРИХА ГРАББЕ В РЕЦЕПЦІІ ВОЛОДИМИРА ДЕРЖАВИНА

*Стаття присвячена осмисленню реценції творчості драматурга Крістіана Дітріха Граббе та його ролі в розвитку німецької культури XIX століття Володимиром Державином – українським літературознавцем, мовознавцем, істориком, теоретиком української літератури, культурологом, перекладачем, критиком, поетом та публіцистом.*

*Стаття має на меті представити погляди В. Державина щодо специфіки романтичної традиції у творах німецького митця та подати загальну характеристику його творчого методу, а також з'ясувати особливості інтерпретації індивідуального стилю К.Д. Граббе.*

*У процесі роботи над аналізом розвідки про життя і творчість німецького драматурга встановлено, що В. Державин прагнув засвідчити культурні зв'язки українського й німецького народів, а переклад та інтерпретація творів німецької літератури, ознайомлення українських читачів з ними були важливими чинниками для українсько-німецької культурної взаємодії.*

*В. Державин аналізує причини та умови, які впливають на виникнення чи зміну літературних напрямів, зокрема констатує неоднорідність поширення та представлення романтичної естетики в різних національних літературах. Його висновки щодо культурної ситуації в Німеччині у XIX столітті згодом були суголосні із дослідженнями українських та німецьких літературознавців XX–XXI століть.*

*У дослідженні окреслено доволі критичну оцінку В. Державина творчості К.Д. Граббе, коротке і складне життя якого припало на непростий і переломний період пошуків та самоідентифікації митців-романтиків у Німеччині. Також проаналізовано три періоди творчості К.Д. Граббе, які відповідають прагненням автора знайти свій особливий стиль і, на думку В. Державина, є певним синтезом романтичного (вплив руху «Буря і Натиск»); твори «Жарт, сатира, іронія та децю серйозніше» (1822), «Герцог Теодор Готляндський» (1822) та «Марій і Сулля» (1823–1827), реалістичного (вплив творчості В. Шекспіра; твори «Гогенштауфени» (1829–1830), «Цісар Фрідріх Барбароса» (1829), «Цісар Генріх VI» (1829) та натуралістичного (твори «Наполеон, або Сто днів» (1831), «Германова битва» (1835–1836), «Ганнібал» (1835) світобачення.*

*Отже, стаття певною мірою являє собою спробу Володимира Державина осмислити творчість Крістіана Дітріха Граббе, повніше окреслити портрет німецького драматурга, розкрити спонуки його вчинків та глибину його думок та ідей.*

**Ключові слова:** Крістіан Дітріх Граббе, Володимир Державин, інтерпретація, реценція, романтизм, творчість.

**Постановка проблеми.** Одним з основних завдань українського літературознавства в останні десятиліття стало переосмислення культурної спадщини світової художньо-естетичної думки загалом, а також нове тлумачення творів українського красного письменства. Важливими є також досягнення митців, які працювали за межами України, адже публікації літературознавців закордоння вирізнялися передусім ґрунтовною розробкою різних проблем літературного процесу й конкретних постатей минулого й сучасного.

Серед українців, які працювали в умовах еміґрації, особливої уваги заслуговує постать Володимира Миколайовича Державина – мовознавця, літературознавця, історика і теоретика української літератури, культуролога, перекладача, критика, поета, публіциста, для якого «чинність літератури полягає не в формальній приналежності письменника до певної нації, і не в більш-менш механічному вживанні (або й зловживанні) певної національної мови, і навіть не в тому, що письменник більш або менш правильно «висловлює» чи то «фіксує»

думки та почуття свого національного оточення, а в чомусь іншому й більшому – в тому, що він, письменник, збагачує, поширює, поглиблює національний світогляд свого народу» [7, с. 56]. Так, перебуваючи на еміграції в Німеччині, автор спричинився до дослідження особливостей формування української національної культури, зокрема й літературознавства, яке активно сприймало перспективні тенденції розвитку культури Заходу. Науковець володів багатьма західноєвропейськими мовами: німецькою, англійською, французькою, італійською, давньо- й новогрецькою та іншими, завдяки яким мав змогу в оригіналі читати та досліджувати твори світового письменства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчує, що літературознавча діяльність Володимира Державина в різні часи ставала предметом наукового зацікавлення. Серед науковців, які досліджували різні аспекти життя і творчості Володимира Державина, – Р. Івасів, І. Качуровський, І. Кошелівець, Н. Остапенко, М. Присяжнюк, Р. Рибальченко, Л. Рудницький, Т. Салига, С. Державин, Т. Шмігер тощо.

Зазначимо, що праці цих дослідників, в основному, присвячені теорії перекладу, теоретичному осмисленню літературного процесу в Україні, науково-педагогічним досягненням та епістолярній спадщині. Серед наших публікацій теж розглядалися його літературно-критичні есе, присвячені дослідженню зарубіжної літератури.

Проте розвідка Володимира Державина – «Крістіан<sup>1</sup> Дітріх Граббе», яка написана до 150-ліття з нагоди дня народження німецького митця-романтика й опублікована в газеті «Сучасна Україна» у 1952 році не була детально проаналізована українськими дослідниками, що зумовлює новизну й актуальність нашого дослідження.

**Постановка завдання.** Мета статті – презентувати Володимира Державина як дослідника творчості Крістіана Дітріха Граббе, а також проаналізувати його погляди на особливості німецького романтизму. Основними завданнями статті є: окреслити основні концепції бачення творчості Крістіана Дітріха Граббе у науковій спадщині українського дослідника, окреслити основні параметри наступних досліджень у запропонованій проблематиці.

**Виклад основного матеріалу.** Діяльність українського письменника Володимира Державина засвідчує зв'язок українського й німецького

народів у сфері культури, а переклад та інтерпретація знакових творів німецької літератури, ознайомлення українського читача з ними створює підґрунтя для подальшої українсько-німецької культурної співпраці.

Завдяки його зусиллям відбувається процес входження німецької літератури в україномовний простір. Осмислення ним специфіки творчості німецькомовних митців свідчить про невіддільність і органічну присутність України в загальноєвропейському культурному процесі.

Розпочинаючи знайомство з творчістю Крістіана Дітріха Граббе своїх сучасників, а саме до «сучасного читача» апелював дослідник, Володимир Державин подає коротку характеристику причин, які впливають на виникнення чи зміну літературних напрямів. Автор стверджує, що «постання всякого нового стилю містить у собі дуже багато незвичного та незвичайного», тому «читач дивується або й обурюється» з тих творів, які видаються йому подекуди абсурдними чи позбавленими «смаку й стилю» [1, с. 451].

Неоднозначним було ставлення німецького обивателя та й інтелектуала того часу до «крайніх екстраваганцій західноєвропейського романтизму» [1, с. 451]. Проте, наголошує В. Державин, це явище було спричинене «соціально-психічними мотивами», тому «за доби переходу до нового стилю, менш вихованій у формально-мистецькому пляні частині письменників (себто переважній більшості всього письменства, не кажучи вже про читацтво), дуже важко усвідомити, – де закінчуються стилістичні норми попередньої доби, а де – стилістичні норми мистецтва взагалі» [1, с. 451].

Серед сучасних українських дослідників існує думка, що «німецькі мислителі розробляли проект оновлення всієї культури і всього духовного життя, оскільки свято вірили, що настає воістину нова ера в історії культури, і вони, романтики, повинні їй свідомо сприяти. Оновлення культури було для них частиною всього європейського проекту» [8, с. 417]. Для представників цього напрямку «мистецтво підноситься до рівня найвищої цінності і сприймається як вияв глибинної суті і сенсу життєдіяльності» [5, с. 613]. Романтизм «протиставляє буденному життю високі ідеали, сильні переживання, прекрасні душевні пориви непересічної особистості. Автор романтичного твору показує те життя, яке він хотів би бачити» [6, с. 103]. Митці-романтики «заперечували приписи нормативної естетики класицизму, шукали, обґрунтовували і використовували нові ідеї естетичного освоєння дійсності та літературної творчості» [3, с. 35].

<sup>1</sup> У статті Володимир Державин використовує саме такий варіант імені німецького драматурга.

Володимир Державин ще у середині ХХ століття засвідчує поширення та панування романтичних «ліній» у європейській культурі, проте вони «відбилися у красному письменстві окремих західноєвропейських націй та закріпились в історії їх літератур зовсім не однаковою мірою» [1, с. 451]. До того ж, як наголошує В. Державин, у європейських країнах різні митці по-різному і в різний спосіб намагалися передати у своїх творах особливий романтичний дух. Успішним, «канонізованим» майстром слова у Франції був Віктор Гюго, який володів особливим, «суто французьким» літературним смаком і здатністю зворушливо і надзвичайно чуттєво впливати на читачів-сучасників. Проте для декого, наприклад, Петрюса Бореля<sup>2</sup>, це виявилось непосильною справою, а тому їхні твори «не викликали до себе серйозної уваги навіть у суто літературних колах і на сьогодні є відомі самим лише фахівцям з історії літератури» [1, с. 452].

Для німецьких романтиків, як констатує далі автор, «гірше стояла справа <...>, де літературна традиція була поверховою та не пов'язаною з органічним розвитком німецької національно-культурної свідомості, і мистецький смак взагалі, а зокрема в літературі, становив рівень нечисленного прошарку» [1, с. 452].

Метою своєї розвідки Володимир Державин не вбачав аналіз національних рис німецького народу та історичної ситуації, що склалася в культурі, адже стаття про Крістіана Дітріха Граббе мала на меті ознайомити широке коло читачів із творчістю цього драматурга, тому для українського дослідника важливим було лише окреслити культурно-історичний контекст, не заглиблюючись у детальний науковий дискурс. Дослідник лише підсумовує, що стан тогочасної культури спричинений «строкатим расово-антропологічним складом» німецької нації, до складу якої входили «напівкельти на півдні, напівслов'яни на сході, на три чверті литовці на північному сході», а також багатолітні французькі й британські впливи «пояснюють докорінну неврівноваженість німецького національного духу» [1, с. 452]. Тому творчість К.Д. Граббе відповідає духові свого часу і є знаковою в історії німецької літератури та театру ХІХ століття.

Осмилюючи творчий феномен К.Д. Граббе в контексті аналізу особливостей поетики романтичної традиції, В. Державин досить критично оцінює доробок автора: «драми Граббе становлять курйозний музейний експонат» [1, с. 452].

Попри таке сприйняття творчості німецького драматурга, В. Державин називає його обдарованим та окреслює умови, які вплинули на формування світогляду К.Д. Граббе. Зазначимо, що біографію подано в контексті німецьких літературознавчих оцінок ХІХ–ХХ ст., як стверджує В. Державин.

Відомо, що досить коротке життя (драматург прожив лише 35 років) і творчість К.Д. Граббе припадають на переломний період в історії німецької літератури ХІХ століття, коли письменники романтики робили спроби знайти нові художні засоби для вираження умов і проблем нового реалістичного періоду, що розпочинав формуватися та й згодом домінувати в європейській культурі. Він народився 11 грудня 1801 року в «Детмольді в зовсім неінтелігентній родині» (батько письменника був наглядачем у в'язниці), навчався у Лейпцигу, де вивчав право, згодом продовжив навчання у Берліні, працював дрібним урядовцем, був зарученим з Генрієттою Маєр, проте одружився з Луїзою Крістіаною Клостермаєр, яка була старшою за нього на 10 років. Через вибуховий характер та алкоголізм, який швидше за все, успадкував від матері, шлюб був «дуже невдалий та нещасливий для обох сторін; людина мала мужність зіпсувати собі життя саме в такий спосіб» [1, с. 453].

Сварки та суперечки виникали не лише в особистому житті К.Д. Граббе, а й у професійній та творчій діяльності. Він неодноразово скандалив з видавцем та колегами, а через депресію змушений був покинути Дюссельдорф, де працював у театрі. Помер 12 вересня 1836 року від алкоголізму та туберкульозу «у вельми нужденних обставинах та в порівняно молодому віці» [1, с. 453].

В. Державин у дослідженні зазначає, що творчість К.Д. Граббе умовно можна розділити на три періоди. Перший з них автор називає «диким романтизмом», коли драматург зазнав значного впливу руху «Буря і Натиск» і сюди належать комедія-казка «Жарт, сатира, іронія та дещо серйозніше» (1822) та історичні трагедії «Герцог Теодор Готляндський» (1822) та «Марій і Суллія» (1823–1827), сповнені романтичних контрастів і масштабності дії, в яких «автор ніби вишукує належну тематику для щонайбільшої різанини на сцені та поза сценою» [1, с. 453].

Другий період, як стверджує В. Державин, позначився впливом В. Шекспіра, а твори – «Гогенштаффени» (1829–1830), «Цісар Фрідріх Барбароса» (1829), «Цісар Генріх VI» (1829) – є стилізованими під англійського драматурга драми-хроніки та демонструють бажання автора «припасуватись до поміркованих смаків ширших читацьких кіл та

<sup>2</sup> Жозеф-П'єр Борель д'Отрив (фр. Joseph-Pierre Borel d'Auterive) – французький письменник і перекладач; відомий перекладом роману Данієля Дефо «Робінзон Крузо».

зробити свої п'єси придатними для театральних вистав, повертається до <...> традиційної літературної форми романтичної драми» [1, с. 453].

Щодо творчості англійського письменника Вільяма Шекспіра то зазначимо, що К.Д. Граббе написав статтю «Про шекспіроманію» (1827) і доповнив нею публікації своїх перших творів. Автор статті, як уже зазначалося, справді зазнав певного впливу В. Шекспіра, проте зовсім не ідеалізував його, був противником романтизації його творчості та вказував на невідповідності та деякі суперечливі моменти у вправах англійського драматурга. К.Д. Граббе вболівав за створення німецької національної драми, а Фрідріха Шиллера – німецького поета-романтика, філософа, теоретика мистецтва, драматурга, представника напряму «Буря і натиск» визнавав гідним взірцем для наслідування.

У цей період написана і віршована філософська трагедія «Дон Жуан і Фауст» (1829), в якій автор протиставляє два вічні/традиційні образи, що змагаються за кохання донни Анни та втілюють різні світогляди: Фауст репрезентує ідеалістичне сприйняття життя і кохання, а Дон Жуан виступає виразником земних і реалістичних поглядів. Таке трактування відомих персонажів і цікавий сюжет зробили драму популярною серед сучасників драматурга, вона була єдиним твором, який інсценізували за життя автора (Детмольд, 1829) та не втрачала своєї актуальності для німецької сцени до кінця XIX століття.

Щодо третього й останнього періоду творчості К.Д. Граббе, то український літературознавець вказує на «несподіваний поворот до натуралізму, особливо різючого в історичній тематиці його п'єс» [1, с. 454]. Ідеться про твори «Наполеон, або Сто днів» (1831), «Германова битва» (1835–1836), «Ганнібал» (1835), які, на думку В. Державина, демонструють майстерність драматурга й впевненість, що за інших історико-

літературних умов, він міг стати визначним і непересічним натуралістом.

Завершуючи короткий нарис життя і творчості німецького письменника, В. Державин доходить висновку, що «за своїм артистично-літературним підсумком драматургія Граббе становить лише історичний раритет», проте зараховувати його до другорядних класиків було б не справедливим, бо «незважаючи на вульгарні й трафаретні смаки театральної публіки, висловлював свої думки одверто» [1, с. 454].

**Висновки.** Наукова розвідка присвячена проблемі рецепції німецького романтизму та творчості Крістіана Дітріха Граббе українським науковцем Володимиром Державином. Завдяки дослідженням творів світової літератури та культурних процесів загалом В. Державин став для українського літературознавства своєрідним «літературним консультантом», адже йому вдалося «вжитися в різні літературні твори, появили їхні підповерхові течії, вианалізувати засади їх поєднання, донести до читача їхній глибший зміст» [9, с. 560].

Аналізуючи та інтерпретуючи твори зарубіжних письменників, В. Державин «сполучав фантастичну ерудицію із витонченим мистецьким смаком» [4, с. 113]. Вважав таку просвітницьку діяльність украї необхідною для рідної нації, яка потерпала від утисків, однак стверджував, що «в цих важких умовах життя, відданих на ласку чужих народів, ставши перехожими гостями – ми далі творимо свою культуру. <...> Який інший народ спромігся б на це?» [2, с. 29].

Наголосимо, що тема дослідження не повністю вивчена і є перспективною для подальшого літературознавчого дискурсу, а результати здійсненого аналізу можуть бути використані у процесі проведення подальших досліджень, пов'язаних з проблемою вивчення особливостей літературного процесу XIX – XX століть.

#### Список літератури:

1. Державин В. Література і літературознавство : Вибрані теоретичні та літературно-критичні праці / упоряд. С. Хороб. Івано-Франківськ, 2005. 492 с.
2. Державин В. Три роки життя на еміграції (1945–1947). Мюнхен : Академія, 1948. 31 с.
3. Іванишин В.П. Нариси з теорії літератури : навчальний посібник / упоряд. тексту П.В. Іванишин. К. : ВЦ «Академія», 2010. 256 с.
4. Качуровський І. Перекладачі української діаспори. *Vsesvit*. 1991. № 11. С. 109–113.
5. Літературознавчий словник-довідник [Текст] / редкол.: Р.Т. Гром'як, Ю.І. Ковалів, В.І. Теремко. Київ : Академія, 1997. 752 с.
6. Словник-довідник літературознавчих термінів / за ред. О.В. Бобири. Чернігів : ФОП Лозовий В.М., 2016. 132 с.
7. Українська література в системі українознавства : Посібник / укл. С. Денисюк, П. Кононенко. К. : НДІУ, 2004. 300 с.

8. Шалагінов Б. Німецький романтизм і літературний мейнстрім ХХІ ст. *Класики і романтики: итудії з історії німецької літератури ХVІІІ–ХІХ століть*. К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2014. С. 413–422.

9. Шевельов Ю. МУР і я в МУРі (Сторінки зі спогадів. Матеріали до історії української еміграційної літератури). *Вибрані праці* : У 2 кн. Кн. ІІ. *Літературознавство* / упоряд. І. Дзюба. К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. С. 559–592.

#### **Lazirko N. O. THE ROMANTIC TRADITION OF CHRISTIAN DIETRICH GRABBE AT THE RECEPTION OF VOLODYMYR DERZHAVYN**

*The article deals with to understanding the reception of the playwright Christian Dietrich Grabbe's works and his role in the development of nineteenth-century German culture by Volodymyr Derzhavyn, a Ukrainian literary critic, linguist, historian, theorist of Ukrainian literature, cultural critic, translator, critic, poet, and publicist.*

*The article aims to present V. Derzhavyn's views on the specifics of the Romantic tradition in the works of the German artist and to provide a general description of his creative method, as well as to clarify the peculiarities of interpreting the individual style of Christian Dietrich Grabbe.*

*In the process of analysing the research on the life and work of the German playwright, it is established that V. Derzhavyn sought to demonstrate the cultural bonds between the Ukrainian and German peoples, and the translation and interpretation of works of German literature, as well as the introduction of Ukrainian readers to them, were important factors for Ukrainian-German cultural interaction.*

*V. Derzhavyn analyses the reasons and conditions that influence the emergence or change of literary trends, in particular, he states the diversity of the spread and representation of romantic aesthetics in different national literatures. His conclusions about the cultural situation in Germany in the 19<sup>th</sup> century were later consistent with the studies of Ukrainian and German literary critics in the 20<sup>th</sup> and 21<sup>st</sup> centuries.*

*The study outlines V. Derzhavyn's quite critical assessment of the works by Christian Dietrich Grabbe, whose short and difficult life occurred during a challenging period of search and self-identification of Romantic artists in Germany. The author also analyses three periods of Christian Dietrich Grabbe's work, which correspond to the author's desire to find his special style. According to V. Derzhavyn, the author's creative work is a specific synthesis of different worldviews: romantic (influence of the movement "Sturm und Drang"; works "Joke, Satire, Irony and Something More Serious" (1822), "Duke Theodore of Gotland" (1822) and "Mary and Sulla" (1823–1827), realistic (influence of the works of W. Shakespeare; the works "Hohenstaufen" (1829–1830), "Emperor Frederick Barbarossa" (1829), "Emperor Henry VI" (1829)) and naturalistic (the works "Napoleon, or One Hundred Days" (1831), "The Battle of Germany" (1835–1836), "Hannibal" (1835).*

*Thus, the article is an attempt by Volodymyr Derzhavyn to comprehend the works of Christian Dietrich Grabbe, to outline the portrait of the German playwright, and to reveal the motives of his actions and the depth of his thoughts and ideas.*

**Key words:** Christian Dietrich Grabbe, Volodymyr Derzhavyn, interpretation, reception, Romanticism, creativity.



**Mammadova E. E.**

Sumgayit State University

## THE CONCEPT OF SACRED PRAISE IN MAGICAL REALISM: ON THE BASE OF THE WORK “INCOMPLETE MANUSCRIPT” WHICH WAS WRITTEN BY KAMAL ABDULLA

*The main purpose of the article is to study The concept of Sacred Praise in Magical Realism: on the base of the work titled "Incomplete Manuscript" was written by Kamal Abdulla.*

*Thus, the essence of magical realism is clarified in the article. The period of its formation and the creativity of Borges and Eco as the first creators are considered. The works of the mentioned writers are compared with the work of Kamal Abdulla, a prominent representative of magical realism in Azerbaijan. In the works of all three writers, it is revealed that the secret place of divine justice is the library. Additionally, the main goal of returning to collect the parts of the accidentally discovered or burned text is the incomplete completion and the importance of the reconstruction of the divine information sent to humanity through this means.*

*To sum up the analyzes that magical realism is a form of manifestation of what exists between the real and the unreal. This form aims to codify more ethnocultural values and bring them to modern literature. The style of magical realism, which was founded by Umberto Eco and Borges, was also reflected in Azerbaijani literature.*

*So, in the late 80s and early 90s, the emergence of the postmodernist novelistic tradition in Azerbaijani literature began to express itself in the works of young writers of that period. The idea of Kamal Abdulla's "Incomplete Manuscript" corresponds to the main principles of both Borges and Umberto Eco's creativity. So, for all three writers, the restoration of justice is hidden in the word. The place of this supreme sacred word is hidden in the library, which is the hymn of humanity, and the text in which the supreme secret is hidden is incomplete, it needs to be reconstructed.*

*Methods: comparative analysis method had been used during the research.*

*Application importance: material can be utilize in seminars and lecturers in higher education institutions. Academicians, researchers, students and who is interested in literature can benefit from this article.*

**Key words:** magical realism, text, library, justice, sacred, incomplete.

**Introduction.** In the late 60s and early 70s, a new stage began in Azerbaijani literature. The formation of a new environment in literature began mainly with the interest of young writers in avant-garde genres, assimilation of postmodern literature developed in Europe and the tendency to apply it to national literature. In particular, this literary movement began to manifest itself more clearly in the late 80s and early 90s. Among the young writers are Anar, Elchin, M. Suleymanli, Yusif Samadoghlu, K. Abdulla, etc. they began to apply various genres and elements of postmodern literature to fiction. The novelistic tradition, influenced by the works of writers such as Umberto Eco, Jorge Luis Borges, who laid the foundation of magical realism, was established with Yusif Samadoghlu's "The Day of Murder", M. Suleymanli's "The Migration", and Kamal Abdulla's "The Sorcerer's Valley". At the basis of magical realism was the expression of ethnocultural values in a magical manner.

**Formulation of the problem. The essence and period of creation of magical realism.** The first texts that emerged as a form of human understanding and expression of the world were magical mythological texts. The famous English anthropologist George Frazer's work "The Golden Bough" talks about the existence of magical thinking first of all [11, p. 201]. Magical thought appears as the influence of the real on the unreal, or the interaction between them. Influencing the sacral was done mainly through words. It is for this reason that the first texts were mythological in nature and focused on the mystery of the word. On the other hand, in order to increase the impact of words, a person tries to visualize the event he wants to influence, and through this, he tries to influence that image with magical expressions. This, as a part of the ethno-cultural thinking formed over time, has led to the formation of the unique mythological-magical thinking of each ethnic group for thousands of years [3, p. 107]. Thus, the reconstruction

of the mythological worldview reflected in the artistic texts formed the necessary conditions for understanding the concept of realism. The magical thinking transferred to modern literature and the magical realism formed on its basis are related to the belief in a certain "magic" of the image and word, which arose in ancient times and is characteristic of all ethno-cultures at various stages of the development of society.

**Main part. Searching for a sacred text in magical realism.** Magical thinking, which was reflected in oral texts earlier, was also reflected in written literature over time, and was expressed in a unique way in the literature of different nations. The process of remythologizing, which was formed in literature and art from the first quarter of the 20th century, manifested itself in new streams and trends from the second quarter of the 20th century. One such literary genre was "magical realism".

The term "magical realism" was coined for the first time in 1923 by the German critic Franz de Roos in "Karl Haider's interpretation. "Remarks on post-specialism" in the article regarding art.

One of the tasks of magical realism is to return a person to his native environment by creating the so-called "spiritual geometry". By "spiritual geometry" we mean the human world with at least two dimensions: "real" and "imaginary". According to M. Bontempelli, thanks to artistic creativity, a person has a place called "spiritual homeland" where a magical atmosphere prevails [8, p. 7].

Soon, this theory appeared in the Latin American literature of the 1960s and 1970s – J. Cortazar, H.L. Borges proved himself in the literature of G. Marquez. The extraordinary vision of the supernatural as the commonplace was at the core of Latin American literature. Hindu mythological thinking of M. Asturias, A. Carpentier, H.L. Borges, J. Cortazar, C. Castaneda and others. was the basis of his creativity. The study of this literary genre attracted the attention of Russian literary studies over time. One of such theorists was Favorsky.

Although each of these studies is devoted to the analysis of the topic of magical realism, there are significant differences between them. If F. Roo limited himself to showing dual worlds as an artistic principle inherited from the romantics, M. Bontempelli talked about "spiritual geometry" in the concept of magical realism. V.A. Favorski tried to define the boundaries of magical realism between the real world and the literary text. According to the researcher, magical realism is observed in every real image and is located at the extreme point that tries to be alive. Favorsky's concept of "Extreme Point" was set to define a cer-

tain conventional boundary between the real world and the fictional world.

Thus, thanks to this relative separation, it was possible to confirm the concept that "heroes look like people", "statues are almost like living people".

The word "magic" itself means going beyond the limits of rationality, and if we turn to the semantic meaning of the word magic, this expression means influence. Therefore, only the real world cannot influence the artistic one, only the artistic reality can have a certain influence.

Borges' search for a sacred text, the visual aspect of magical realism in literature and art theoretically complements the concept of "magical realism". It is with this concept that the period that later critics and researchers will call the acquisition of a special language begins. Perhaps the most obvious metaphor that characterizes the attitude of magical realists to words and language is H.L. It is manifested in Borges' work "The Library of Babel", which talks about the existence of a holy book that makes man look like God. In one of his first essays, Borges tries to justify the existence of a deep connection between some genres and magic [10, p. 195].

Speaking concretely of language, this means that there is a constant syncretic relationship between the thing and the word throughout the word's existence. By giving a name to a word, a person literally defines an object, and thereby relies on the inner semantics of the word in the world order [10, p. 192]. Here we observe that the magic power of the word is mentioned. According to Borges, the concept of magical language is related to the language of ancient Hindus and ancient tribes in general.

Referring to the ideas of Borges, we can say that the word had a sacred character in the culture of all ancient peoples. The attempt to connect with what exists outside of substance was performed verbally as well as through the performance of certain ritualistic actions. The ancient man first revived any natural phenomenon, and then gave it a name according to the essence of the phenomenon. He used words as a means of influencing this object. Those words were reinforced through repetition. For example, the phrase "they will eat from us" reflected in Turkish mythological thinking is directed to what exists outside of substance. Because it was taboo to pronounce the special names given to them, we were called Yeys. Calling their name could cause them to enter the available space. These names were used only when necessary. Unprepared mention of a taboo name could lead to the person being punished by the myth. For example, in the tale of Okhai from Azerbaijani fairy tales, when

the father says Okhai while drinking water from the river, the water patron Okhai appears and the man is forced to give his son to Okhai. Realize the existence of any event with the reason words or phrases 3, 6, 7, 9, etc. It was repeated according to sacred numbers. For example, in "Book of Dede Korkut", when Dede Korkut grew taller, he reinforced certain phrases by means of repetitions. "let", "comma" etc. [6, s. 41].

The magical power of words also played an important role in religious books. The phrases "in the beginning there was a word" in the "Bible" and "there was a word in the Qur'an" meant that the secret of the creation of the world is related to the power of the word. These books are considered sacred in themselves. Those who did not obey the laws of the book were thought to be punished by God. Letters were as sacred as words. For example, in Scandinavian mythological thinking, the word "runa" literally means "secret". In mythological texts, the performance of magical activity was observed by means of runes. Egyptian hieroglyphs were also magical in nature. It is possible to increase it quite a bit. Thus, the words in the spells and witchcraft of ancient peoples differed sharply from the modern word category. Here the word played the role of a mediator between mystical forces and man. "Equipped with the sacred function of a mediator between people and higher forces. Talking about the magic of words and the linguistic coding of the new reality [10, p. 184], he drew a direct parallel between the means of linguistic expression and the image of the marvelous reality, claiming that ordinary language is not suitable for it. The creation of this special language code became one of the main elements that formed the structure of the concept of "magical realism". Borges's "Book of Sand" was dedicated to proving the existence of an unknown sacred book hiding the secret of humanity in the library, which was thought of as a "magical space" by the researcher. In this way, the library should have been chosen as a place intended for the revelation of the secret and the revelation of that book in which the divine justice is hidden.

The passage from incomplete to eternity in Kamal Abdulla's "Incomplete Manuscript" work.

Magical realism also appears in the work of Kamal Abdulla, one of the prominent writing masters of Azerbaijan. In the plot of "Incomplete Manuscript", the reading of an ancient manuscript as a scientific work takes place in the medieval department of the National Manuscripts Institute (Fund), among the bookcases and shelves where dusty old and new manuscripts are collected [Maks Statkiyevič <https://525.az/news/753-kamal-abdullanin-yarimciq-elyazmasindan-yarimciq-elyazmaya-dogru-yazi-eposa-qarsi>].

In the "Incomplete Manuscript" work, the activity of the researcher who is rushing through space and time to complete the "magic book" is observed. In this work, which manifests itself in the context of historical memory, it is said that the chronicle is moving from the mythological world arena to the existing one. The "Incomplete manuscript" hides humanity's concept of justice. The manuscript is incomplete. Therefore, the restoration of justice for man can occur when he moves from the incomplete to the complete. When the reading of the chronicle, on which time has left a deep mark, causes difficulties, an orientalist girl intervenes in this process. The author emphasizes the catalog number of the manuscript in order to cross the boundaries between the surreal and the real in his work as much as possible.

Another unique aspect of an unfinished manuscript is that it has no beginning and no end. Max Statkievich has his own approach to this unique event: "The initial explanation of its incompleteness appears in the traditional scientific, historical-natural and theoretical-literary (narrative) style: "Perhaps this is a kind of reminder that describes the period related to the Ganja earthquake – this is also possible because the author of the Manuscript did not think of the text as a linear novel with its own rules and systematicity." Only after the careful and repeated reading and "transcription" of the Manuscript, a completely different, ontological and existential explanation of the incompleteness of the Manuscript becomes apparent to the researcher: "From now on, everything, like our "Incomplete Manuscript", will bear the mark of incompleteness" [7, <https://525.az/news/753-kamal-abdullanin-yarimciq-elyazmasindan-yarimciq-elyazmaya-dogru-yazi-eposa-qarsi>].

In fact, perhaps this incompleteness in the chronicle – the idea of not having a beginning and an end – can be understood as the secret of the universe, as the understanding of the concept of God. The attempt to reconstruct the text can be understood as revealing and fully restoring what is hidden in the existence of God – the concept of justice.

As Sadiq Garayev noted in his analysis of the "Incomplete manuscript": "One of the many threads connecting Dede Gorgud to the line of Shah Ismail is hidden in the cult of immortality. Of course, this opinion may not be accepted at first glance: in the events of some mythical characters of the boyars, the search for immortality, the escape from death (Dede Korkut), the fight with death (Dali Domrul), etc. although the acts are included, the known life history of Shah Ismayil I, who is a real historical figure, does not give grounds for making these claims. Immortality was perceived as

resurrection from Turkish mythological meetings, but in Semitic mythology it was evaluated as the existence of the continuation of life in the afterlife" [6, p. 148]. This can be assessed as a transition to mythological consciousness, cyclic continuity of existence.

Franco Cardini has a special attitude to Kamal Abdulla's "Incomplete Manuscript". The special point he emphasized in this work is related to the end of the work: "However, what is incomplete here is not only the manuscript. "The Last Word" in the work ends with this sentence: "suddenly I remembered that as the orientalist girl gently told me...". The Point. The End. All right, so what's happening now? Are the three dots at the end of the work a mockery of Kamal Abdulla, or do they indicate the continuation of the work? Is this news a promise or a threat? That crucial sentence that Kamal Abdulla didn't say, got lost half-way through, didn't remember or didn't understand anything because it was said "slowly", is probably the key to all mysteries [5, p. 16].

Kamal Abdulla yaradıcılığında bəşəriyyət üçün əbədi ədalətin sakral informasiyasının sözdə varlığı və ədalətin bərpası axtarışı məhz kitabxanada baş verir. Məhz bu proses Borxes- Eko-Kamal Abdulla yaradıcılığının ortağ nöqtəsinə çevrilir.

The process of uncovering betrayal and finally uncovering the truth manifests itself in the sacred

essence of the manuscript kept in the library In Kamal Abdulla's "Incomplete Manuscript" and Umberto Eco's "The Name of the Red Rose" [12]. The burning of the library in "The Name of the Rose" is an attempt to prevent the seizure of the sacred crown of justice. However, many years later, as an adult, Adson returns to the site of the monastery and collects the scraps of miraculously preserved pages. Thus, Adson, who is already preparing to meet God, decides to complete his memories.

**Conclusion.** To sum up the analyzes that magical realism is a form of manifestation of what exists between the real and the unreal. This form aims to codify more ethnocultural values and bring them to modern literature. The style of magical realism, which was founded by Umberto Eco and Borges, was also reflected in Azerbaijani literature. Thus, in the late 80s and early 90s, the emergence of the post-modernist novelistic tradition in Azerbaijani literature began to express itself in the works of young writers of that period. The idea of Kamal Abdulla's "Incomplete Manuscript" corresponds to the main principles of both Borges and Umberto Eco's creativity. So, for all three writers, the restoration of justice is hidden in the word. The place of this supreme sacred word is hidden in the library, which is the hymn of humanity, and the text in which the supreme secret is hidden is incomplete, it needs to be reconstructed.

#### Bibliography:

1. Abdulla K. Unfinished Manuscript, Muterjim, 2004. 288 p. In Azerbaijani
2. Abdulla K. Yarımçıq Əlyazma, Mütərcim, 2004. 288 s.
3. Borges, Selected Works, Şarg-Garb, 2014. 357 p. In Azerbaijani
4. Borxes, Seçilmiş əsərləri, Şərq-Qərb, 2014. 357 s.
5. Jalil F. Mythopoeics of Turkish and Scandinavian epics, Muterjim, 2010. 220 p. In Azerbaijani
6. Cəlil F. Türk və skandinav eposlarının mifopoetikası, Mütərcim, 2010. 220 s.
7. Garayev S. Kamal Abdulla's "Incomplete Manuscript" novel: history in the context of modernity. İpak Yolu, No. 3, 2019, p. 146–153
8. Qarayev S. Kamal Abdullanın "Yarımçıq əlyazma" romanı: tarix müasirlik kontekstində. İpək yolu, No. 3, 2019, səh. 146–153.
9. Preface to Cardini F. Kamal Abdulla's novel "Incomplete Manuscript". 525th newspaper. 2014. September 20. p. 16. In Azerbaijani
10. Kardini F. Kamal Abdullanın "Yarımçıq əlyazMA" ROMANINA ÖN SÖZ. 525-CI QƏZET. 2014. 20 Sentyabr. S. 16. URL: <http://www.anl.az/down/meqale/525/2014/sentyabr/392096.htm>
11. Book-Dede-Korkut, Publisher: Yazıçı, B:1998. P. 255.
12. Kitabı-Dədə Qorqud, Yazıçı, 1988, 255 s.
13. Maks Statkiyeviç. URL: <https://525.az/news/753-kamal-abdullanin-yarimciq-elyazmasindan-yarimciq-elyazmaya-dogru-yazi-eposa-qarsi>
14. Asturias M.A. Oh magic words. M.A. Asturias. Tales of magicians. SPb. : Азбука-классика, 2003. С. 5–16.
15. Jorge Luis Borges. La escritura del dios. URL: <https://www.literatura.us/borges/escritura.html>
16. Castaneda, Carlos. The Teachings of Don Juan: A Yaqui Way of Knowledge. Berkeley : U of California P, 1998: 155.
17. The Golden Bough, A Study in Magic and Religion, Vol. Publisher: Opensource, 1900. In English The Golden Bough A Study In Magic And Religion, Vol. I : Frazer, J.G. : Free Download, Borrow, and Streaming : Internet Archive
18. Umberto Yeko, The name of the Rose. In Ukraine
19. Умберто Еко, Ім'я рози, Translated by M. Prokovich Ім'я Рози – Умберто Еко, читати повністю текст твору українською мовою онлайн ([ukrlib.com.ua](http://ukrlib.com.ua)) Translated by M. Prokovich.

**Мамедова Е. Е. КОНЦЕПЦІЯ САКРАЛЬНОЇ ХВАЛИ В МАГІЧНОМУ РЕАЛІЗМІ:  
НА МАТЕРІАХ ТВОРУ «НЕЗАВЕРШЕНИЙ РУКОПИС», ЯКИЙ НАПИСАНО  
КАМАЛОМ АБДУЛЛОЮ**

*Основною метою статті є дослідження концепції сакрального хвалення в магічному реалізмі: на основі твору під назвою «Незавершений рукопис», написаного Камалем Абдуллою.*

*У статті розкривається визначення магічного реалізму. Розглядається період його становлення, так само творчість Борхеса та Еко. Дається порівняльний аналіз творів вищезгаданих письменників із творчістю Кямала Абдулли, відного представника магічного реалізму в Азербайджані. У творах всіх трьох письменників розкривається думка, що таємним місцем божественної справедливості є бібліотека. Привертає увагу основна мета звернення до минулого – спроба поєднати до купи частини випадково виявленого (спаленого) тексту для завершення незавершеного. І саме цим способом привернути увагу до необхідності реконструкції божественної інформації, надісланої людству.*

*Підсумовуючи аналізи, магічний реалізм є формою прояву того, що існує між реальним і нереальним. Ця форма має на меті кодифікувати більше етнокультурних цінностей і привнести їх у сучасну літературу. Стиль магічного реалізму, засновником якого були Умберто Еко і Борхес, знайшов відображення і в азербайджанській літературі.*

*Отже, наприкінці 80-х – на початку 90-х років у творчості молодих письменників того періоду почала проявлятися поява постмодерністської новелістичної традиції в азербайджанській літературі. Ідея «Незакінченого рукопису» Камала Абдулли відповідає основним принципам творчості як Борхеса, так і Умберто Еко. Отже, для всіх трьох письменників відновлення справедливості криється у слові. Місце цього найвищого сакрального слова приховано в бібліотеці, яка є гімном людства, а текст, у якому прихована найвища таємниця, неповний, його потрібно реконструювати.*

*Методи: під час дослідження використовувався метод порівняльного аналізу.*

*Прикладна важливість: матеріал може бути використаний на семінарах і лекціях у вищих навчальних закладах. Академіки, дослідники, студенти та ті, хто цікавиться літературою, можуть отримати користь від цієї статті.*

**Ключові слова:** *магічний реалізм, текст, бібліотека, правосуддя, священне, неповне.*

**Науменко Н. В.**

Національний університет харчових технологій

## СТАНОВЛЕННЯ ІРОНІЧНОГО ДИСКУРСУ У П'ЕСІ Л. ПІРАНДЕЛЛО «ШЕСТЕРО ПЕРСОНАЖІВ У ПОШУКАХ АВТОРА»

*У сучасних культурних реаліях іронія виступає дієвим способом висловлення правди, можливість завуальовано сказати те, що не сприйметься в іншому ракурсі. Це «щось» може існувати тільки у формозмісті іронії, котра служить своєрідним захисним прошарком. Межі між реальністю, прошарком іронії та свідомістю стираються, з'являється новий світ, в якому все – минуле, теперішнє, майбутнє – отримує нове значення, нове існування. Важливий також інтертекстуальний аспект іронії, який полягає в тому, що цитати, алюзії та ремінісценції в нових контекстах набувають протилежного змісту, серйозне показується через смішне, а гра – необхідний складник іронії – відбувається у сценічному (в будь-якому значенні цього слова) діалозі творів та літературних епох, у котрих вони виникають.*

*У статті простежено шляхи актуалізації іронії у європейській драматургії початку ХХ століття, передусім в архітворі Л. Піранделло «Шестеро персонажів у пошуках автора» (1921). Показано, що оскільки рушієм драматичного дійства був і лишається конфлікт, то особливо промовистим прийомом його творення виступає «сцена на сцені», якій італійський драматург надав нового формозмістового наповнення та відкритості до подальших інтерпретацій. Підставою для побудови конфлікту у творі, заснованому на композиційному принципі «сцена на сцені», стають непорозуміння між акторами та режисером-постановником, негаразди зі сценічною технікою, що неминуче призводить до зіткнення протилежних думок. Йдеться про так звану «драму-репетицію»: апріорі неможливо вибудувати її сюжет так, щоб у ньому все було гладенько та бездоганно, надто якщо зважати на специфіку театрального побуту, і комедія Піранделло – промовисте тому свідчення. Співудари часопросторових площин «сцени», «закулісся», «глядацької зали» дозволили драматургові показати нерозривний зв'язок між театром і життям, і це зумовило безсумнівну сценічність «Шістьох персонажів...» аж до наших днів.*

**Ключові слова:** іронія, драматургія, театр, творчість Л. Піранделло, «сцена на сцені», конфлікт, інтертекст.

**Постановка проблеми.** Іронічний дискурс, завдяки інтерпретації серйозного через смішне, глибше передає реалії духовного життя. Тому зараз, коли назріла потреба переосмислити твори різних літератур, засновані саме на такому баченні життя, надзвичайно важливою й актуальною є проблема вивчення еволюції іронічного начала в літературній творчості. У цій роботі передусім ітиметься про іронічний стиль у **драматургії**, оскільки вона ґрунтується на ігровому елементі, основному для іронії. Риторична фігура «прикидання» (*eiropēia*), з якої виростає зазначений вид комічного, зумовлює основний критерій вибору матеріалу для дослідження: прийом «театр у театрі», або «сцена на сцені» [8, с. 5–6].

Оригінальною інтерпретацією «театру у театрі» стає «театральна трилогія» нобелівського лауреата, італійця Луїджі Піранделло. Назви п'єс, які її складають, «наче творять логічну послідовність

театральної гри» [6, с. 137]: «Шестеро персонажів у пошуках автора» («*Sei personaggi in cerca d'autore*», 1921), «Кожен по-своєму» («*Ciascuno a suo modo*», 1923), «Сьогодні ми імпровізуємо» («*Questa sera si recita a soggetto*», 1928–1929). Пишучи свою трилогію, Піранделло «з повагою згадував про німецьких романтиків, а особливо – про Тіка» [15, с. 243], чий архітвір «Кіт у чоботях» (1797) надав нового імпульсу прийомові «сцена на сцені», відомому ще з ХVI століття (твори «Гамлет» Шекспіра, «Пасквін» Г. Філдінга, «Хворий, та й годі» Мольєра тощо).

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретична проблема застосування зазначеного прийому як чинника творення іронічного стилю доволі складна й перебуває в епіцентрі активних наукових та мистецьких дискусій. Якщо мотив «вистави у виставі», починаючи з доби романтизму, був практичною реалізацією деяких

теоретичних постулатів (серед них – іронія як діяльність; відмова митця підпорядковуватись законам і нормам; право розглядати конкретні речі довільно), то в літературознавстві ХХ століття він став об'єктом усебічного наукового розгляду.

Розвиткові іронічного змісту не лише п'єси у п'єсі, а й «роману в романі», «поєми у поємі» та інших родо-жанрових модифікаціях цієї структури служить двоплановість зображення – як у формальному, так і у змістовому аспектах. Тобто, до конкретного твору включається інший твір (навіть і не один), закодований тим самим кодом, що й весь художній простір тексту [7, с. 432; 17, с. 223].

Сьогодні існує ще небагато монографічних досліджень доробку Луїджі Піранделло. У поодиноких монографіях і у підручниках із італійської літератури далеко не головну роль відводили іронічній компоненті стилю драматурга. Цю прогалину компенсували статті та рецензії Ірини Зуккер (1997–1999), розділи монографії Є. Васильєва «Сучасна драматургія: жанрові трансформації, модифікації, новації» (2017), стаття П. Дениска «Семантика прийому «театр у театрі» на прикладі п'єси Луїджі Піранделло «Шестеро персонажів у пошуках автора» (2011) та нове видання творів Л. Піранделло в українському перекладі Мар'яни Прокопович (2007).

Взаємопроникнення мовностильових елементів, суположення різних, часто діаметрально протилежних поглядів на певні реалії твору – ці та інші чинники зумовили той факт, що «Шістьох персонажів...» іще з 1924 року стали називати «найшаленішою комедією Піранделло» [див. 6, с. 138]. І мотив «шаленства» став ключовим у розгляді твору під кутом зору сучасних літературознавчих теорій, зумовлюючи появу додаткових дослідницьких концептів. Зокрема, минулорічну наукову конференцію Британське товариство Піранделло (Лондон) присвятило саме цій проблемі, поставивши у заголовок «гротескні п'єси та прозу, пост-національні наративи, етичний дискурс»; своєю чергою, прийом «сцени на сцені», визначений як «романтичний *mise-en-abyme*», декларовано як іманентний чинник формування метанаративу, поряд із абсурдом і гротеском [26].

Ще за кілька років до цього Є. Васильєв у широкій парадигмі «метатеатральності» відводить «Шістьом персонажам...» чільне місце як першому зразкові п'єси такого гатунку [1, с. 187–188]. Своєю чергою, незавершеність цієї драми, за справедливим висновком науковця, виростає в так звану «метаперсонажність», тобто тенденцію до введення знакового драматичного героя в інші реалії, створення великої кількості історій із його участю.

На мовну компоненту створення іронічного стилю у п'єсі особливу увагу звертає П. Дениско, ґрунтовно аналізуючи наповнення ролей «шістьох персонажів»: «...*Батько і Пасербіця є найзавершенишими, найповніше виписаними: вони перебувають увесь час на передньому плані, навколо них обертається вся дія, і говорять вони значно більше за інших. Натомість Хлопчик і Дівчинка є найменш завершеними формами, а тому перебувають на сцені радше як «присутність», не випадково протягом усієї п'єси вони взагалі нічого і не говорять. А ось Мати і Син посідають на цій шкалі посередницьку позицію: вони напівзавершені і напівнезавершені* [4, с. 148].

**Постановка завдання.** Мета статті – на основі розгляду комедії Луїджі Піранделло «Шестеро персонажів у пошуках автора» як класичного взірця «п'єси у п'єсі» визначити роль зазначеного композиційного прийому у творенні іронічної тональності сценічного дійства та утвердити його чинником взаємодії мистецтва та життя.

**Виклад основного матеріалу.** Драматичний спосіб зображення дає можливість глибоко розкрити сутність людини, її вдачу, сподівання і прагнення, адже вона постійно перебуває в таких ситуаціях, де потрібно діяти, розв'язувати часто складні питання. Наявність конфлікту антагоністичних сил є серцевиною драматичного твору. Справедливо говорив І. Кочерга: ні тема, ні сюжет, хоч якими б вони були актуальними чи виразними, не врятують безконфліктну п'єсу [11, с. 276].

Іронічний першоелемент найповніше втілюється в першій частині трилогії – «Шістьох персонажах у пошуках автора». Починається це втілення з самого заголовка п'єси (тут не автор добирає персонажів, а навпаки) та підзаголовка «*commedia da fare*» (комедія, яку треба зробити). Тому показово, що в оригіналі всі дієслова в ремарках наведено у формі майбутнього часу (*indicherà* – укаже замість «укажує»; *guarderà* – подивиться замість «подивився» тощо), що, на жаль, у перекладах ураховано спорадично [8, с. 72]. Винятками є хіба що ремарки:

*«І Акторкам, і Акторам добре було б мати на собі одяг досить ясних і веселих кольорів, а ця перша сцена вистави [«Гра ролей». – Н.Н.] має бути дуже жвавою і природною. У певну мить один з Акторів сяде за фортепіано і заграє танцювальну мелодію; молодші Актори й Акторки почнуть пританцьовувати»* [9, с. 313].

Іронічне вираження у п'єсі італійського драматурга отримала бахтінська проблема «зовніперебування» [13, с. 131] автора. Пошуки автора, у яких участь беруть і персонажі, і реципієнти твору,

за мету мають обрати всі моменти, які завершують героя та події його життя, й визначити їхню активну, творчо напружену, принципову єдність, живим носієм якої стає письменник – і реальний, і виведений у творі.

Відчуття напруженого зовніперебування автора (просторового, часового, ціннісного та змістового) щодо всіх моментів буття героя дало змогу створити цілісний образ останнього, «зібрати пазл» його життя та доповнити до цілого тими рисами, які є недосяжними для нього [8, с. 73]. Таким чином автор самоусувається з поля життя героя, вивільнюючи місце для нього та його буття.

Л. Піранделло так описував задум свого твору: *«Чому б мені не зобразити... цей небачений трапунок, коли автор відмовляється дати життя персонажам, які народилися живими в його уяві, чому б не описати історію цих персонажів, які, відчувши у собі подих життя, будь-що хочуть увійти у світ мистецтва? Вони вже відділилися від мене, живуть своїм життям, мають власний голос і власні жести; а отже у боротьбі за своє життя, яку вони змушені вести зі мною, вони вже й так стали драматичними персонажами, можуть самі рухатися й розмовляти; вони вже самі себе такими бачать; вони навчилися захищатися від мене; навчаться захищатись і від інших. Тож пустімо їх туди, куди зазвичай ідуть драматичні персонажі, щоб дістати життя – на сцену. І подивімось, що з того вийде»* [9, с. 298–299].

Іншими словами, до формування персонажів можуть долучитися не лише театральні діячі, а й глядачі як співучасники дійства. Адже відомо, що драма як літературний твір є і завершеною (у сприйнятті її читачем), і незавершеною. Вона незавершена доти, поки не перетворена на продукт психофізичної діяльності (у грі актора). Таким чином до майстерності письменника як деміурга сценічного світу долучається майстерність актора, режисера, декоратора тощо як співавторів письменника [2, с. 111; 8, с. 73; 11, с. 276–277].

Отже, у розгляді комедії Піранделло варто звернути увагу саме на аспект «незавершеності» драматичного дійства. Колізія твору ґрунтується на тому, що шестеро людей, уважаючи самих себе «нереалізованими», намагаються знайти літератора, який виповнив би їхні образи. До цієї справи беруться й актори театру, відтворюючи їхню історію на сцені; і працівники-декоратори, добираючи відповідну машинерію та реквізит для показу дії.

Та попри всі зусилля, «реалізації» персонажів таки не відбувається: адже, навіть за досконалої гри, акторам не вдається «врости» у своїх героїв.

Отже, головна ідея п'єси – пошук автора персонажами – заперечується самим фактом її сценічного втілення [8, с. 74].

Насправді реалізація персонажа можлива – та не через грим, костюми чи наслідування мови, а завдяки «естетичній творчості автора, який має ззовні формувати той образ, що його він набуде, творити його як момент цілого твору – драми, тобто тоді, коли він є і автором, і режисером, і активним споглядачем зображуваного героя і цілої п'єси» [22, с. 207].

Ірина Зайцева у монографії «Поетика сучасного драматургічного дискурсу» зауважує: *«... Не всяка дійова особа п'єси виявляє себе у внутрішньому мовленні, – це здебільшого внутрішні монологи... вкладені автором в уста героїв із багатограним, складним внутрішнім світом, які живуть напруженим духовним життям... Тому вже сама собою присутність у п'єсі текстуальних фрагментів, які втілюють внутрішню мову персонажа, – показник авторської зацікавленості у створенні художнього образу з виразним акцентом на психології цього героя, показові його душевних почуттів* [5, с. 104].

А якщо автора немає? Виходить, що історія шістьох персонажів – так само як «Тристам Шенді» Лоренса Стерна – розповідь, яка «говорить про неговорене», а для артистів театру Піранделло вона й узагалі чужа. Парадокс показаного у п'єсі театру – його нездатність дати повноцінне життя витворам фантазії. Непереконливість гри акторів, яка дратує прототипів, є наслідком диктату Директора: *«правда [в театрі] добра лише до певної міри»* [21, с. 11].

Відкрита, лабіринтоподібна композиція драми (втручання Директора й актора у хід подій, недоведені до логічного кінця мізансцени) дозволяє апіорі зробити висновок, що персонажі так-таки й не знайдуть свого автора. А розвиток театральної гри в їхню трагедію зайвий раз це підтверджує.

Розгортанню дії передуює розлога ремарка Піранделло – опис «сцени на сцені»: великої зали, куди заходять глядачі; сходи (одні – праворуч, інші – ліворуч), які єднають залу зі сценою; суфлерська будка, трохи зсунута вбік; стіл та крісло для Директора [9, с. 312; 21, с. 11]. У такому часопросторі, за задумом автора, має виникнути враження, що виставу не підготовлено.

Відповідно до цього діють і члени трупи: машиніст готує декорації; завідувач сцени чекає на Директора; Директор скаржиться, що через нестачу французьких комедій він мусить «ставити комедії цього Піранделла, що в них сам чорт



ногу зломить» (тут – алюзія водночас до Мольєра та Тіка); актори займаються своїми справами; суфлер читає вголос текст п'єси «Гра ролей», яка має того дня бути показана: «Коли піднімається завіса, Леоне Гала, в кухарському очіпку і фартусі, ретельно збиває дерев'яною копиткою яйце у мисці. Філіппо, теж вбраний кухарем, теж збиває яйце. Гвідо Венанці сидить і слухає» [9, с. 316].

Відбувається «налаштування інструментів для виконання багатоголосої симфонії» [24, с. 110], увертюрою для якої стає поява з глибини глядацької зали шістьох людей: Батька, Матері, Сина, Пасербиці, Хлопчика 14 років та Дівчинки 4 років. Їхню появу також супроводжує авторська ремарка, що в сукупності з описом персонажів творить велику наративну композицію.

З плином п'єси міняється й простір. Творцями його є дві групи персонажів – героїв вставної комедії та трупа театру. На основному сценічному майданчику, підготовленому до репетиції, Директор (Саросоміко), згідно зі вказівками персонажів, декорує то кімнату, то сад, то «крамницю мадам Паче»:

**II Саросоміко.** ...Ehi, dammi un pò di cielo!

**L'apparatore.** Che cosa?

**II Саросоміко.** Un pò di cielo... Ma non bianco! Ehi, elettricista, dammi un po d'atmosfera lunare... [21, с. 95]

**Директор.** Гей, а тепер тло з небом!

**Декоратор** (згори). Що?

**Директор.** Шматок неба... Таж не білого кольору! Гей, електрику, дай мені тут трохи місячної атмосфери... [9, с. 379]

**II Саросоміко.** Faremo il giardino. Calami qualche spezzato d'alberi! Due cipressetti qua davanti a questa vasca! [21, с. 94]

**Директор.** Ми зробимо, зробимо тут садок... Гей, спусти мені сюди тло з деревами! І пару невеличких кипарисів сюди, перед басейн! [9, с. 378].

Зміна декорацій не обмежує місця дії персонажів, оскільки вони здатні занурюватись у реальність своїх страждань усюди – і в глядацькій залі, і на сцені, і в глибині сценічного майданчика [8, с. 77]. Простір «Шістьох персонажів...» охоплює і сцену, й партер – і, отже, люди, які приходять дивитися виставу, самі стають її виконавцями. Хоча не завжди це усвідомлюють: «Початок спектаклю було сприйнято як повну неповагу до глядачів» (на прем'єрі у травні 1921 року. 16, с. vii).

У культурологічній практиці наявні приклади того, як письменники пропонували залучати глядачів до участі у театральному дійстві:

«Налити клею на крісла, щоб дама або пан, приклеївшись, викликали всезагальний сміх. За зіпсований фрак чи сукню – заплатити після вистави.

Продати одне й те саме місце десятьом особам: тиснява, суперечки й лайка гарантовані.

...Насипати на крісла порошку, який спричинює свербіж або чхання» [Ф. Т. Марінетті. 20, с. 2].

Відтак українська дослідниця Леся Демська робить висновок: «Здається, робилося все, щоб нав'язати тогочасному італійському суспільству нову візію світу і ролі мистецтва у її творенні через виразне заангажування митця. Зрештою, пов'язання життя і мистецтва завжди було найсильнішою (sic!) стороною футуризму» [3, с. 39].

Двоплановість простору, у межах якого переплелися драма персонажів та реалії повсякденного життя театру, призводить до порушення часової послідовності дії. Тут співіснують три часові плани:

- минуле;
- теперішнє;
- безпосередня дійсність, яка апелює до майбутнього (невдалої реалізації персонажів).

Ці плани по черзі міняються місцями в межах четвертого – тривалості денної репетиції [8, с. 78]. Герої то потрапляють у минуле – коли, занурюючись у спогади, оживлюють перед своїми двійниками-акторами певні епізоди свого нещасливого життя; то переносяться в теперішнє – передусім своєю появою на сцені; то «телепортуються» в майбутнє, яке знають наперед (тут у дію вступає драматично-іронічний конфлікт). У цих постійних зламах час існування персонажів набирає міфічного характеру, сполучаючи три виміри в синкретичну єдність.

Ще один знаковий прийом руйнування ілюзій – очуднення. У Піранделло особлива роль надається речам – зокрема, декораціям. Руйнування послідовності часів, із одного боку, та злиття минулого з теперішнім, із другого, – принципи дії іронії, котра показує свою двоїсту природу (деструктивну та творчу, діонісійську та аполлонівську).

Узагалі складність часопростору «Шістьох персонажів...» можливо пояснити суперечливістю літературного процесу першої третини ХХ століття. Знаком доби розвиненого модернізму в загальноєвропейському контексті стала потужна родо-жанрова дифузія (драматизація та ліризація прози, ліричний струмінь у драматургії й под.). Засобами дезілюзіоністської техніки Піранделло закладає підвалини того феномена, який пізніше отримує назву «епічний театр» [12, с. 198].

У «Шістьох персонажах...», як і в подальших двох частинах трилогії, виявилася та спе-

цифічна риса авторського чуття-мислення, яка полягає в єдності драматичного та наративного елементів, звісно з переважанням першого [8, с. 79]. У текст одного плану (драма) входить текст якісно іншого формозмісту (новела). Розповідні засоби, включаючи ремарки з зазначенням віку та зовнішності, подають життєву характеристику героїв, а дійсність, у якій вони існують, проаналізовано засобами театральної гри.

Оповідь про минуле, де слово по черзі беруть четверо дорослих персонажів (Батько, Мати, Син, Пасербиця), подає глядачеві всю конкретну інформацію про події, що сталися з їхньою родиною, але не послідовно, а у хронологічному безладді (переключення часових вимірів). Вона, ця оповідь, триває упродовж усієї п'єси й отримує сюжетне завершення лише у фіналі.

Заплутаний до неможливості конфлікт між героями драми, ускладнений постійними втручаннями працівників театру, розв'язується в реальній загибелі Хлопчика та Дівчинки. Це варіант давньогрецького *deus ex machina*, волею якого Директор, що втратив межу між грою (*finzione*) та дійсністю (*realtà*), змушений перервати виставу, і персонажі зникають, нереалізовані, як і раніше.

Отже, оповідь постає саме як оповідь – повістувальний мотив. Але якщо спроеціювати її на драму, можна побачити, що ця вставна новела, розіграна в особах, організує підтекст п'єси Піранделло. Новела – один із прототекстів драми, який виявляється в самоцитатії творів «Трагедія персонажа» (*La tragedia di personaggio*, 1911), «Розмови з персонажами» (*Colloqui coi personaggi*, 1915).

Іншим прототекстом виступила мелодрама. Ненаписана та нерозіграна п'єса про «Шістьох персонажів...» вирізняється умовністю, перебільшенням пристрастей, видовищною та емоційною ефектністю. Мелодрама, поєднана з властивою для *commedia dell'arte* імпровізацією, створює атмосферу «розкутої пристрасті», якій «вартоспалахнути, щоб набути театрального характеру» [6, с. 140].

Безіменні герої п'єси – Батько, Мати та інші – задіяні в мелодраматичному конфлікті, водночас постають масками на втілення негативних емоцій: Батько – докори совісті (*il rimorso*), Мати – страждання (*il dolore*), Син – зневага (*lo sdegno*), Пасербиця – мстивість (*la vendetta*).

«Недовтіленість» цих персонажів помітна в тому, що вони одержимі лише цими своїми негативними емоціями. Вони хочуть, аби в них побачили живих людей, і намагаються скинути маски – тобто, всіма силами зруйнувати ілюзорність театрального втілення їхньої історії. Персо-

нажі розповідають про своє життя, а ця розповідь, своєю чергою, сприймається як пересічна мелодраматична вистава; через те збитий із пантелику Директор переплутав їхню історію зі звичайною комедією масок [23, с. 208], а тому викладає їм власні, якісно відмінні від їхніх, погляди на театральне мистецтво:

«Директор. ...Усі разом повинні творити гармонійну картину, граючи те, що можна зіграти! Я чудово знаю, що кожен має своє внутрішнє життя і хотів би виразити його. Але ось що найважче – показати лише найнеобхідніше, те, що виражається у стосунках з іншими; і через цю децицю дати змогу проникнути у саму глибину того життя, що криється усередині!» [9, с. 367].

У цьому – інтерпретація романтичної іронії на модерністському ґрунті [8]. Проте якщо поглянути на проблему в жанрово-стильовому аспекті, то мелодрама тут – не стільки об'єкт пародії, скільки відчайдушна спроба зруйнувати ілюзію як таку; тобто, вона має ту саму роль, що вставна п'єса у Тіка. З другого боку, в «Шістьох персонажах...» подано іронічно забарвлений, але «симпатичний образ театральної трупи, стурбованої творчими проблемами» [23, с. 218].

Мелодрамна історія шістьох персонажів у Піранделло твориться наче сама собою, «без автора». Дійові особи начитують свій текст суфлерові, який стенографує кожне слово; таким чином реалізується принцип А. Рембо – «не ми пишемо, а нами пишуть» [див. 19, с. 29], пізніше сформульований у працях структуралістів як опозиція «автор / скриптор».

У Піранделло ж перед глядачами проходить «самовиверження фантазії», яка намагається породити п'єсу – не звичайний драматичний твір, що його можна ставити самостійно, а образ, «архетип» п'єси, який передає найголовнішу особливість твору такого ґатунку – його театральність [11, с. 273]. Отже, як у формальних, так і у змістових вимірах іронія виявляє дві функції – як деструктивну (заперечення факту писання п'єси автором), так і креативну (п'єса таки твориться, але автором її виступає фантазія) [8, с. 82].

Очевидним є трагізм творчої спроби розкрити драму життя лише засобами театрального ілюзіонізму (особливо у тих сценах, де до творення художнього простору беруться не персонажі, а члени трупи). Директорові не вдається утримати явище дійсності у межах уяви, й у висліді на перший план знову виходить іронія, яка міститься в своєрідному «оживленні» бутафорських аксесуарів. А в цій іпостасі вона межує навіть із чорним

гумором: у дерев'яному басейні-фонтані без води знаходять справжню потопельницю – Дівчинку; з іграшкового пістолета по-справжньому застрелився Хлопчик.

**II Capocomico.** Si è ferito davvero?

**La Prima Attrice.** È morto! Povero ragazzo!.. [21, с. 104].

**Директор.** Він поранився? Він справді поранився?

**Прима.** Він помер! Бідолашний хлопець... [9, с. 387–388].

Дві справжні смерті переривають життя двох театральних масок, навіть не наділених власним текстом (за авторською ремаркою, «questi due non parlano»), і театр покидають лише четверо.

Так руйнується ілюзорна межа вододілу між художньою видимістю й життєвою реальністю, правдоподібністю і власне правдою. Актори як носії принципу правдоподібності виявляються нездатними утілити правду персонажів [25, с. 35]:

**II Capocomico** (*non potendone più*). Finzione! Realta! Andate al diavolo tutti quanti! Luce! Luce! Luce! [21, с. 105].

**Директор** (*не в силі терпіти*). Гра! Дійсність! Ідіть ви всі до дідька! Світла! Світла! Дайте світла! [9, с. 388].

Проте й у яскравому світлі, й у повній темряві («Залиши мені принаймні одну лампу, щоб я бачив, куди ступаю» [9, с. 388]), персонажі не зникають, а спускаються у глядацьку залу, звідкіля й вийшли – наче стверджуючи, що хоча вони й не знайшли свого автора, але все-таки існують як люди.

Цікавим є анонс до постановки даної п'єси у київському Театрі на Подолі: «5 березня 2021 року у Театрі на Подолі відбудеться вистава “Шість персонажів у пошуках автора” в Києві, за мотивами твору Нобелівського лауреата Луїджі Піранделло. Улюблені персонажі як діти. Їх просто неможливо забути. Вони живуть у думках, в театрі, в кіно, у книгах. А як бути з тими, про кого не дописали і забули?»

У нашій виставі вони вирішили самі дати собі раду і з'явилися просто посеред репетиції у театрі. Вони обурюються, благають і вимагають вислухати їхню історію. Вони хочуть отримати свою роль а відтак – життя. І тепер режисер має знайти відповідь на класичне Шекспірівське питання: *бути чи не бути?*» [14].

Завдяки доцільному чергуванню розповідних і питальних конструкцій, іронічних та серйозних інтонацій, співзвучним словам (передусім «забути – бути») створюється мотивація для гля-

дача: узяти участь у «дописуванні» образу кожного з героїв.

«Вистава, яку треба створити» отримала актуалізацію не лише у драматургії, а й у поезії української діаспори другої половини ХХ століття. Вільна віршова форма, в якій викладається синопсис театрального дійства, перетворює його на «віршовану новелу»: лише кількома штрихами накреслено дію, яку читач має доуявити самостійно. Більше того, до макрокосмосу художнього твору прилучається весь антураж вистави – декорації, реквізит, елементи сценічного простору, які, поряд із персонажами – акторами, також стають ключовими дійовими особами.

Таким, наприклад, є твір Б. Рубчака «Проект для балету в трьох актах» (зб. «Камінний сад», 1956). Три частини майбутньої вистави (так званого *balletto da fare*. 8, с. 84–85) розігруються на сконцентрованій до «точкового простору» театральній сцені, яка є символічним синонімом душі ліричного героя:

*Цю синю тугу хтось невміло назвав кімнатою, де ми одні. Вимовляю невидні птахи, і вони летом пестять невідоме. Відчуваю в кутку кімнати – чотирикутної туги – абстракцію твого тіла (декорація).*

*Добре, що ніч, добре, що ніч, бо не бачиш абсурдного арлекіна моєї душі, що вилетів піруетами, заблагав арабесками і зомлів перед тобою (дія)* [10, с. 201].

Аналізуючи «балет» Б. Рубчака з позицій мистецтвознавства, можна виявити, що за структурою він подібний до найдавнішого, нині призабутого інваріанта – «балету з номерами» [див. 18, с. 30]: різні танці, з яких складається твір, мають чіткі характеристики й розрізняються між собою.

Танці, що їх репрезентує кожен «акт» «віршованого балету» Б. Рубчака, різняться передусім словесним виразом. Ритм першої частини нагадує вальс: крім домінанти трискладових розмірів, цьому сприяють і анаграматичні розриви слів, які нагадують ноти, – «доб-ре», і специфічні балетні терміни, якими позначаються складні танцювальні па – «піруети, арабески».

Друга частина – «За вікном казка. / За вікном ходять монахині, фіолетово усміхаючись, / під галузками, що носять чорні помаранчі» [10, с. 202] – вводить у структуру Рубчакавого

твору елемент танцю-ходи (сарабанди). Йому контрастує внутрішній монолог героя, деталі якого співзвучні з серенадою:

хочу  
чудотворними кінчиками пальців  
слухати мелодії мандолін  
у твоєму шаленому волоссі»...

У третій частині декорація та статисти зникають повністю, проте лишається апофеоз. У рядках «Усміхаюсь приховано: / в останньому акті мого балету / ти покохаєш мене» – передбачуваний розвиток дії, яка веде до щасливої розв’язки [8, с. 86].

**Висновки.** Інтерпретацією прийому руйнування, іманентного для іронічного стилю літератури, стала на початку ХХ століття «театральна трилогія» Луїджі Піранделло, насамперед п’єси «Шестеро персонажів у пошуках автора» («*Sei personaggi in cerca d'autore*», 1921). «Сцена на сцені» для італійського митця була найкращим способом утилити різкий розрив між реальною життєвою трагедією безіменних персонажів (Батька, Матері, Сина, Пасербиці та інших) і варіативністю її сценічного показу.

У Піранделло іронія має не лише деструктивну, а й конструктивну природу: попри динамізм і заплутаність внутрішньої п’єси, авторові таки вдається дотримати принципу класицистичної тріади бодай на зовнішньому рівні. Тут очевидна єдність дії, оскільки навколо конкретної історії організовано словесний матеріал; єдність часу – необхідні для репетиції кілька годин одного

дня; єдність місця – глядацька зала та сценічний майданчик, які разом створюють єдиний театральний простір.

Прикметною рисою творів, збудованих на прийомі «сцена на сцені», виявляється авторське самоцитутування, при якому драматург веде творчий діалог зі своїми персонажами, дозволяючи їм висловлювати іронічне або серйозне ставлення до п’єси, надто ж – тієї, яка саме пишеться. Зразком цього є скарга Директора театру на складні колізії Піранделло, висловлена у «Шістьох персонажах...» самого ж Піранделло. У будь-якому разі ця письменницька самоіронія знаходить відгук у серці реципієнта, викликаючи в нього сміх або хоча б усмішку.

Таким чином, можна стверджувати, що «сцена на сцені» – це концептуальний художній прийом, здатний зосередити усі реєстри іронічного в окремому творі. Передусім – у драматичному, але не менш дієвим він є й у прозовій оповіді, а також, цілком вірогідно, у поетичному тексті: свідченням тому в цій роботі є вірш «Проект для балету у трьох діях» Б. Рубчака. Саме це й визначає перспективи подальших досліджень у даній галузі, зокрема утвердження сутності прийому «сцени на сцені» у формозмісті літературного твору як принципу розбудови специфічного двоїстого часопростору, де ігрові елементи міцно переплітаються з життєвими реаліями, а мистецтво постає як рушій постійного творення та перетворення навколишнього світу.

#### Список літератури:

1. Васильєв Є. Сучасна драматургія: жанрові трансформації, модифікації, новації. Луцьк: Твердиня, 2017. 532 с.
2. Вірченко Т. Сучасна українська драматургія: галерея портретів: монографія. Кривий Ріг : Видавець Р.А. Козлов, 2018. 180 с.
3. Демська Л. Кілька штрихів до історії та ідеології українського та італійського футуризму. *Зерна: літературно-мистецьких альманахів українців Європи*. 1995. Ч. 2. С. 37–41.
4. Дениско П. Семантика прийому «театр у театрі» на прикладі п’єси Луїджі Піранделло «Шестеро персонажів у пошуках автора». *Практична філософія*. 2011. № 4. С. 145–154.
5. Зайцева І.П. Поетика сучасного драматургического дискурса: монографія. Луганск: Альма-матер, 2007. 433 с.
6. Зуккер І.Д. Своєрідність п’єси Л. Піранделло «Шестеро персонажів у пошуках автора» та естетика «театру в театрі». *Вісник Київського університету. Серія: Іноземна філологія*. Вип. 26. 1997.
7. Лотман Ю.М. Текст у тексті. Слово. Знак. Дискурс. *Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст.* / за ред. М. Зубрицької. Львів: Літопис, 1996. С. 430–441.
8. Науменко Н.В. Прийом «сцени на сцені» – чинник іронічного формозмісту в літературному творі: монографія. Київ: Видавництво «Сталь», 2023. 196 с.
9. Піранделло Л. Шестеро персонажів у пошуках автора. *Блаженної пам’яті Матія Паскаль* / пер. з італ. М. Прокопович. Харків : Фоліо, 2007. С. 295–390.
10. Рубчак Б. Проект для балету у трьох діях. *Півстоліття напівтиши: антологія поезії Нью-Йоркської групи* / упоряд. М. Ревакович. Київ : Факт, 2005. С. 201–202.
11. Семенюк Г.Ф., Гуляк А.Б., Науменко Н.В. Літературна майстерність письменника: підручник. 2-ге видання, доп. і перероб. Київ : Видавництво «Сталь», 2015. 405 с.

12. Соколянський М.Г. «Сцена на сцені» як принцип побудови драматичного твору. *Поетика: зб. наук. праць* / відп. ред. В.С. Брюховецький. Київ : Наукова думка, 1992. С. 190–199.
13. Ткаченко А.О. Мистецтво слова: Вступ до літературознавства: підручник для студентів гуманітарних спеціальних вищих закладів. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2003. 448 с.
14. «Шість персонажів у пошуках автора» в Києві! URL: <https://kontramarka.ua/uk/sestero-personaziv-u-posukah-avtora-62561.html> (дата звернення 13.02.2024)
15. Bernard, E. Pirandello e Tieck: Plagio o Ispirazione? *Italica*. Vol. 91, issue 2. P. 243–254.
16. Bonino, G.D. La „prima“ di „Sei personaggi in cerca d'autore“. *Scritti di Luigi Pirandello, testimonianze, cronache literali*. Torino : Tirrenia Stampatori, 1983. P. iii-xviii.
17. Francastel, P. La Réalité Figurative. Paris : Goutier, 1965. 416 p.
18. Hodeir, A. Les formes de la musique. Paris : Seghers, 1995. vii, 212 p.
19. Howe I. The idea of the modern. N.Y. : Horizon Press, 1967. 317 p.
20. Il Teatro Futurista Sintetico. *Manifesti Futuristi*. No. 73. Firenze : SPES-Salimbeni, 1980. 4 p.
21. Pirandello, L. Tutte le opere: Sei personaggi in cerca d'autore. Enrico IV. Milano : Arnoldo Mondadori, 1993. 341 p.
22. Schlegel, F. Dialogue on Poetry and Literary Aphorisms. London, 1968. 173 p.
23. Starkie, W. Luigi Pirandello. 1867–1936. Berkeley, Los Angeles: University of California Press, 1967. xiv, 304 p.
24. Szondi, P. Il Dramma Impossibile. *Teoria del Dramma Moderno*. Torino : Einaudi, 1962. P. 107–112.
25. Tinterri, A. Two Flights and a Stage Direction: Pirandello's Staging of "Six Characters in Search of an Author" in 1925. *The Yearbook of the British Pirandello Society*. Vol. 3. 1983. P. 33–37.
26. Society for Pirandello Studies Annual Conference. URL: <https://pirandello-studies.lcir.co.uk/> (access date 18.02.2024).

#### **Naumenko N. V. MAINTENANCE OF IRONIC DISCOURSE IN L. PIRANDELLO'S SEI PERSONAGGI IN CERCA D'AUTORE**

*Irony in contemporary cultural realities appears to be an active method to tell the truth, the possibility to latently say something that would not be perceived the proper way at the other angle. This 'something' can exist only in the shape of irony that serves a special 'protective layer.' The limits between reality, ironic layer and consciousness get erased to furthermore create the new world in which all the time dimensions (past, present and future) attain the new semantic. Important is also the intertextual aspect of irony, whose essence is to give the quotations, allusions and reminiscences some opposite substance, to show serious through ridiculous, meantime the game as the essential constituent of irony goes on in scenic (in any meaning of this word) dialogue of literary works and époques of their emergence.*

*The author of the article deduced the ways of irony's actualization in the early 20<sup>th</sup> century European dramaturgy, primarily in Pirandello's Sei personaggi in cerca d'autore (1921). There was shown that 'stage-within-a-stage,' to which a dramatist had given the new shape-and-substance content and openness to the further interpretations, is the most eloquent way to create the conflict that remains the propellant of a drama action. Actually, the divergences between actors and directors, problems with theatrical machinery, which would imminently lead to the clash of opposing opinions, become the basis for the conflict in a 'stage-within-a-stage' play. It is far more evident in 'a rehearsal drama': a priori it is impossible to set up its plot to make it completely flawless and smooth, moreover regarding the specifications of theatrical life, and Pirandello's comedy epitomizes is properly. Collisions of time-and-space concepts 'stage,' 'auditorium,' 'behind-the-scenes' allowed the dramatist to show the integrate connection of theatre and life, which fact conditions the undoubted staginess of Sei personaggi up to nowadays.*

**Key words:** irony, dramaturgy, theatre, L. Pirandello's works, 'stage-within-a-stage,' conflict, intertext.

## ТЕОРІЯ ЛІТЕРАТУРИ

УДК 821.161. Леся Українка  
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/22>

**Моклиця Г. В.**

Волинський національний університет імені Лесі Українки

### ЦАР ЕДИП І ДОН ЖУАН: ДРАМА ЛЕСІ УКРАЇНКИ «КАМІННИЙ ГОСПОДАРЬ»

*У статті здійснюється психоаналітична інтерпретація драми Лесі Українки «Камінний Господарь». Наголошується необхідність спиратися на теорії З. Фрейда та ті механізми психіки, які він простежив у клінічному і прикладному психоаналізі. Стаття спирається на роботи З. Фрейда «Вступ до психоаналізу», «Тлумачення снів», «Я і Воно», «Невпокій в культурі», «Вудро Вільсон, президент США», у тісному зв'язку механізмів сублимації з вченням про фазу Едипа у становленні психіки та концепцією Едипового комплексу. Численні дослідники драми Лесі Українки «Камінний Господарь» використовували психоаналітичні ідеї, усебічно розглядали психологію персонажів і багатозначність образів. Але при цьому з їхнього поля зору випав важливий складник твору: сюжет Едипа в історії Дон Жуана. Едипів комплекс за психоаналітичною теорією у хлопчиків представлений конфліктом між сильним бажанням вбити батька і сильним бажанням йому підкоритись, у чоловіків Едипів конфлікт вирішується через ідентифікацію з батьком. У драмі розгортається любовний трикутник: Донна Анна, Командор і Дон Жуан. Стосунки Донни Анни та Командора символізують стосунки батька та матері, а Дон Жуан є образом інфантильного підлітка. Образ Командора розглянуто як втілення батьківської фігури, а неприступна, рівна Дон Жуану за силою Донна Анна представляє материнську фігуру. У сюжеті «Камінного Господаря» Дон Жуан закохується в Донну Анну та вбиває в поєдинку Командора, щоб посісти його місце. Вбивство Командора стає символічним батьковбивством, а посідання його місця символізує ідентифікацію (символічний канібалізм). За ці страшні гріхи Дон Жуан розплачується смертю. Розплату отримує також Донна Анна, адже вона на місце чоловіка-батька хотіла посадити чоловіка-сина. Специфіка проходження Едипового Комплексу самої Лесі Українки є перспективою подальшого дослідження.*

**Ключові слова:** Леся Українка, драма «Камінний Господарь», Фрейд, Едипів Комплекс, сублимація.

**Постановка проблеми.** Твори Лесі Українки містять в собі багато психоаналітичних компонентів, які дають глибоке розуміння психічної діяльності, несвідомого людини та автора. Літературознавці давно використовують психоаналіз для дослідження психології творчості. Здебільшого науковці об'єднують різні напрями та формують узагальнене уявлення про психіку та несвідоме. Проте психоаналітики (такі, як, наприклад, К. Юнг, А. Адлер, З. Фрейд) мали різне бачення природи несвідомого, детермінантів психічної діяльності, теорії лібідо та теорії сексуальності. Цінність художнього твору з точки зору психоаналізу полягає не тільки в тому, що він показує психологію людини загалом та автора зокрема,

але й дає нам розуміння глибин творчого процесу, відкриває доступ до несвідомого автора, яке він сублимує у свій твір. Інтерпретуючи персонажів, важливо спиратись на ту концепцію, яка найбільш повно, послідовно, на основі усвідомлених принципів, обґрунтовує механізми психіки, які активізуються у процесі творчості.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Літературознавці використовували психоаналітичну теорію для аналізу драматургії Лесі Українки, зокрема й драми «Камінний Господарь»: Віра Агеєва, Тамара Гундорова, Оксана Забужко, Ніла Зборовська, Світлана Кочерга, Сергій Михида, Марія Моклиця, інші. Їхні спостереження над психологією персонажів і диспозицією щодо

авторки буде наведено у викладі основного матеріалу. Попри ефективність продемонстрованого кожним дослідником підходу, з їх поля зору випає важливий психоаналітичний компонент драми, а саме сюжет Едипа в історії Дон Жуана.

**Постановка завдання.** Отже, метою статті є аналіз драми Лесі Українки «Камінний Господар» крізь призму Едипальної історії.

**Виклад основного матеріалу.** Для розуміння глибинних механізмів та несвідомого Лесі Українки нам потрібно сфокусуватися на персонажах драми як дійових особах процесу сублімації, тобто процесу розігрування внутрішнього конфлікту через сюжет і персонажів твору. Автор поміщає у кожного персонажа певну частинку себе і, формуючи сюжет, стосунки між героями, може знову прожити якусь травматичну ситуацію, отримати звільнення та усвідомлення.

Психоаналітична теорія стверджує, що кожна людина проходить через Едипальний конфлікт. Фройд пише про нього у роботах «Тлумачення снів», «Я і Воно», «Вступ до психоаналізу», «Невпокій в культурі» та у психологічному аналізі президента США Вудро Вільсона. У роботі про Вудро Вільсона Фройд показав, що Едипів конфлікт формується з активності та пасивності дитини по відношенню до перших об'єктів любові (мама і тата). Спочатку дитина вимушено стає в пасивну позицію, по своїй природі дитина безпорадна перед батьками. Згодом дитина, яка росте, хоче стати активною по відношенню до батьків, хоче пестити їх, командувати ними і помститися їм за себе. Для лібідо дитини відкрито чотири виходи: через пасивність до батька і до матері та через активність по відношенню до кожного з них. Бажання маленького хлопчика позбутися батька стає несумісним з його бажанням бути пасивним по відношенню до нього. Ці бажання дитини входять у конфлікт. Тому порушується розрядка лібідо з усіх цих «акумуляторів», за винятком нарцисизму, і дитина перебуває у стані конфлікту, який називається «Едиповим комплексом».

Оскільки Едипів комплекс у хлопчиків представлений конфліктом між сильним бажанням вбити батька і сильним бажанням йому підкоритись, у чоловіків Едипів конфлікт вирішується через ідентифікацію з батьком. Син усуває батька тим, що поміщає його в себе, певною мірою здійснює акт символічного канібалізму і таким чином проявляє свої ніжні почуття. Після чого він сам стає великим обожнюваним батьком. Через ідентифікацію син стає своїм батьком, приймає в себе його образ та його закон, представлений у психіці

інстанцією Над-Я, яка не тільки дає закон, а й відповідає за покарання.

Розглянемо наявність цього Едипового трикутника в історії Дон Жуана.

Чотири головних персонажі драми (Донна Анна, Командор, Дон Жуан, Долорес) розгортають стосунки у двох любовних трикутниках: Донна Анна між Командором і Дон Жуаном, Дон Жуан між Долорес і Донною Анною. Усі персонажі доволі амбівалентні і складно позиціоновані стосовно авторської інстанції. І все ж дослідники відзначали серед цих персонажів образи протагоністів: Долорес – протагоністка авторки, Анна – її антагоніст і прототип Олени Пчілки, Дон Жуан – прототип слабких за характером чоловіків у біографії Лесі Українки – її батька і чоловіка, Климента Квітки. Командор із цих схем випадає, розглядається не в психоаналітичній, а соціальній площині. Те, що в драмі імпліцитно присутній сюжет Едипа, дослідники не зауважили.

На думку багатьох дослідників, Долорес – персонаж, найбільш наближений до авторки, жіночий образ, притаманний драматургії Лесі Українки. В. Агеєва: «Долорес, яка не може сподіватися на кохання непостійного дон Жуана, воліє бути «вічною нареченою». Але це духовне, платонічне кохання, коли з обранцем «тільки мрія в'яже», – добре лише для «райських духів...» [1, с. 121]. Через жертвність компенсується неможливість бути щасливою з Дон Жуаном чи взагалі мати з ним романтичні стосунки.

В. Агеєва теж вбачає вигоду для Долорес у її вчинку і наявності у ньому великої кількості агресії щодо Дон Жуана. «Долорес робить таким чином вибір за Дон Жуана, вона силоміць нав'язує йому певні моральні норми й зобов'язання, те майбутнє, яке вона (а не він!) вважає достойним. У такій ситуації пасивним об'єктом виступає, власне, чоловік, а жінка, попри традиції стає суб'єктом активної дії» [1, с. 122].

Отже Долорес жертвує собою заради кохання, і в той же час проявляє багато агресії до чоловіка. Такий сценарій зображений не в одній драмі Лесі Українки. Образ Донни Анни протилежний. В. Агеєва: «Роль жертви і спокусниці – не для неї. Вона хоче не поривати з суспільством, а досягти успіху, слави й влади, використовуючи усталені суспільні форми й структури, змушуючи інших служити її інтересам. Незалежність від громади Анна усвідомлює інакше, ніж дон Жуан. Але свобода жінки ще більш ефемерна, ніж у її обранця. Анна зрадила, зламала себе, свої прагнення й сподівання, аби відповідати ідеалу, нав'язаному

дружині Командором» [1, с. 116]. Н. Зборовська вважає, що Донна Анна має двоїсту натуру, в якій постійно борються чоловіче і жіноче начала. Жіночі бажання сформувалась на основі казок зі стійким сюжетом: горда красуня чекає коханого принца у неприступному замку. Чоловіче начало засвідчує її холодний розум та раціональність. Анна постає сильною жінкою, яка прагне до влади і намагається перемогти чоловіка. Образ, доволі наблизений до матері письменниці, Олени Пчілки.

В. Агеева тлумачить Донну Анну як жінку, яка прагне до влади, проте сама не здатна її досягти, тому домагається вершини через статус Командора, а також Дон Жуана.

Донна Анна і Долорес здаються дуже різними персонажами. Їх дуже легко протиставляти: «Для Долорес це цілковита самопожертва в ім'я любові, для Анни ж – горде самоствердження, за яке вона готова заплатити будь-яку ціну. Перша знаходить екстатичну втіху в саморозп'ятті, у спокутуванні чужих гріхів. Друга, натурасильна й цілеспрямована, жадає «високості», здійснення «всіх снів, всіх мрій» [1, с. 112–113]. Чи насправді вони такі різні? Можливо, вони є частиною однієї людини, Лесі Українки?

Наголошуючи на статусі Командора як такому, що має владу, Леся Українка додає йому рис батьківського образу (той, хто оберігає; той, хто дає закон). Командор на заручинах дарує Анні дуже дорогі перли. «Саме тоді закріпилась думка, що перлини уособлюють жіночність і ніжність, а в дипломатичній практиці вони є знаком щедрості, естетичного смаку і могутності дарувальника...» [5, с. 328]. Тобто цим ритуальним жестом Командор підкреслює свій статус могутнього лицаря, захисника. У дитинстві цю роль для дівчинки виконує батько. Командор показує, що перебирає від батьків роль захисника Донни Анни.

Образ Дон Жуана доволі двозначний: з одного боку, це позитивний персонаж, волелюбний, рішучий, сміливий, талановитий, дотепний, дуже привабливий для жінок; з іншого – зрадливий, егоїстичний, той, хто використовує жінок. С. Кочерга вважає, що лицарська відвага Дон Жуана «була лише вимушеним прикриттям панічного страху не виплачених «боргів» перед жінкою» [5, с. 355]. Спільнота, яка символізує закон, культуру і батьківський образ, не виганяє його, це він від неї втікає. Дон Жуан показаний доволі інфантильним підлітком: він легко закохується, бореться з законом, йде проти культури, прагне свободи так само, як підліток, що прагне втекти від батьків.

«Вірте, донно Анно:

той тільки вільний від громадських пут,

кого громада кине геть від себе,  
а я її до того сам примусив» [6, с. 97].

У роботі «Невпокій в культурі» Фрейд писав: «Те, що нуртує в людській спільності як прагнення до свободи, може бути повстанням проти існуючої несправедливості, а відтак сприятливим для подальшого розвитку культури, залишається з нею несумісним. Але це може походити й від залишків первісної, неприборканої культури особистості стати основою ворожості до культури» [9, с. 45]. Прагнення до свободи може бути проявом ворожого ставлення до культури. У психоаналітичному баченні закон дає батько, або образ батька в різних інституціях (вождь, правитель, президент). Дон Жуан, намагаючись обійти закони, йшов проти батька. Можна стверджувати, що в контексті драми «Камінний Господарь» образ батька, закон в цілому, представлений саме фігурою Командора.

Згідно з теорією Фрейда, найстрашніше покарання для хлопчика є страх втратити те, що в нього є таким самим, як у батька. У Дон Жуана теж дещо є, щось, що дає йому силу: його шпага, доволі фалічний символ.

«Дон Жуан.

Привілеї

король дає, король і взяти може.

А честь моя так само, як і шпага,

мені належать – їх ніхто не зломить!»

[6, с. 101–102].

Дон Жуан говорить про свою шпагу як про символ чоловічої мужності, яку він проявляє в поєдинках, та наголошує на тому, що не завжди є гідний суперник для його шпаги. «Для Дон Жуана це не лише зброя, потрібна для захисту, а й знак його приналежності до сильних і гордих воєнків, водночас й іграшка, розрада» [5, с. 349–350].

Дон Жуан забирає жінок у чоловіків, називає себе грішником і може бути за це покараний, але його честь і шпагу він нікому не віддасть! Люди зазвичай так говорять, коли думають, що «це» в них хтось хоче забрати, інакше ці слова втрачають сенс. Якщо шпага – фалічний символ, то те, як він її оберігає і дбає про неї, свідчить про страх втратити цей важливий об'єкт. Дуже схоже на страх кастрації за погану поведінку.

Н. Зборовська припускає, що причиною того, що Дон Жуан вирішив одружитися з Анною є те, що вона бачила себе рівною йому. Тобто він зрозумів, що можливості перемогти Анну у нього немає, «його єдиний вихід – поступитися і «з'єднати з силою силу» [3, с. 157]. Донна Анна була рівною Дон Жуану по силі, отже не була «дитиною», як попередні його жінки, він побачив



у ній материнський образ. Н. Зборовська вважає, що історія стосунків Дон Жуана і Анни є історією про фатальну жінку: Дон Жуан потрапив у жіночу пастку, в яку його привів «Страх перед жінкою, перед поневоленням жіночою любов'ю» [3, с. 157]. Про яку фатальну жінку йдеться? Чи не про материнську фігуру, ту жінку, яку сини люблять найбільше? Фатальною жінка стає, коли може зрівнятися з матір'ю. Якщо у хлопчика дуже близькі стосунки з матір'ю, то йому важко знайти гідну кохану. Легше знайти дружину, яка буде нагадувати материнську фігуру. Такі стосунки з жінками, як у Дон Жуана, несуть певну вигоду. Оскільки в несвідомому є ненависть до матері, то вона може проявитись через агресивне або жорстоке ставлення до жінок, які тією чи іншою мірою нагадують материнський образ. «В образі розумної Анни несвідомо зібралось все жіноцтво Дон Жуана, щоб відомстити за зневагу жіночої любові» [3, с. 157]. Жінка, яка карає за погану поведінку, цілком вписується в роль матері.

Отже, стосунки Донни Анни і Дон Жуана дуже схожі на стосунки сина з матір'ю. «У Квітці ж – Леся зустрілася зовсім з іншим чоловіком, з чоловіком-сином, чоловіком-дитиною, духовно «усиновила» його і творила з цієї дитини – бажаного їй мужчину. Це дало змогу Лесі пережити свою жіночність – Як материнськість. Після «Одержимої» всі Лесині драми насажені образом інфантильного чоловіка, чоловіка-сина...» [3, с. 61].

Дон Жуан любить одружених жінок, а особливо – забирати їх у чоловіків. Саме так любить робити маленький хлопчик по відношенню до батьків: вигнати з ліжка батька і зручно влягтись біля мами. Дон Жуан каже до Анни: «Для мене ви були немов святиня» [6, с. 132].

У сюжеті «Камінного Господаря» Дон Жуан закохується в Донну Анну та вбиває в поєдинку Командора, щоб посісти його місце. Паралель з історією Едипа стає більш очевидною після смерті Командора, починаючи з запрошення на вечерю до Донни Анни та діалогом зі слугою, який говорить про страх перед мерцями.

«Станарель.

То що! Мертвяк страшніший від живого для християнина» [6, с. 137].

Про страх перед мерцями Фройд писав у роботі «Тотем і Табу», описуючи життя племен і їхні звичаї. Навколо померлого існувало багато табу: мерців не можна було торкатись, не можна було згадувати їхні імена, навіть родичі померлих ставали заборону. Фройд, описуючи такі звичаї та табу щодо мерців, задався питанням, чому так сильно

вони бояться духів померлих, особливо рідних. Чи дух може заподіяти їм шкоду? Фройд дійшов висновку, що ці люди бояться покарання від духів, бо заслуговували цього, через амбівалентність їхніх почуттів. Людина боїться покарання в тому випадку, коли відчуває провину. Леся Українка словами Станареля натякає, що Дон Жуану варто очікувати покарання і боятись духа Командора.

У драмі є акцент на локусі, де відбувається багато подій, – це кладовище. «У середньовіччі мертвий майже прирівнювався до живого. Смерть для середньовічної людини передбачала певні правила: відпущення гріхів, відспівування та поховання. Похоронний ритуал накладав сувору відповідальність нащадків за могилу, пам'ятник або усипальницю з викарбуваними зображеннями, іменами, девізами. На кладовищі зазвичай вирувало життя, адже воно було не тільки місцем скорботи та споглядання траурних церемоній» [5, с. 310]. Кладовище було переповнене померлими, які очистились, які здобули спокій через смерть. Фройд вважав, що кожній людині притаманний потяг смерті. До такого висновку він дійшов у своїй роботі «По ту сторону принципу задоволення». Суть цього потягу полягає в тому, що в смерті людина знаходить спокій, насолоду від усунення будь-якого внутрішнього та зовнішнього подразника. Чому Дон Жуана так тягне до кладовища? У драмі показано, що це місце сховку, де він почувається у безпеці, складається таке враження, що його місце серед померлих, задля спокутування провини перед жінками. Провина – це та емоція, яка дуже тисне, створює в психіці напругу, якої намагаються позбутись. Смерть – це розрядка, не тільки гідне покарання, але й психічний спокій. Можна зробити висновок, що образ кладовища сигналізує про потяг смерті у Дон Жуана, а образ печери (іншого сховку) – бажання вернутись в утробу матері (теж, фактично, смерть).

Фройд писав, що Едипів конфлікт вирішується через ідентифікацію з батьком, а також через бажання його перевершити. Дон Жуан посів місце не тільки за столом, біля його дружини, але й прагне, зі спонукання Анни, також захопити законне місце Командора у суспільстві.

«Так, здобути трон!

Ви мусите у спадок перейняти

і сюю мрію вкупі з командорством!

(Підбігає до шафи і виймає звідти білий плащ командорський, Дон Жуан одразу здригається, але не може одвести очей од плаща, захоплений словами Анни)» [6, с. 148]. Реакції Дон Жуана доволі

конфліктні: страх і захват, любов і ненависть. Таку амбівалентність син відчуває до батька.

Се правда, що мені її бояться?

Чому мені не взять сього плаща?

Адже я цілий спадок забираю.

Вже ж я господарь буду сьому дому!» [6, с. 149].

Пояснити цей страх можна тільки наявністю сильного почуття провини. Незважаючи на страх, Дон Жуан все ж посідає місце Командора доволі символічно і ритуально, надягаючи його плащ. «Дон Жуан (зо страхом одкриває обличчя. Глянув. Здавленим від несвітського жаху голосом): Де я? Мене нема... Се він... камінний! Падає до ніг Командорові» [6, с. 150].

Н. Зборовська пов'язує смерть закоханих з бажанням ідеального вічного кохання: «Високе кохання з усім томлінням і стражданням душі не можна збагнути без страху здійснення любовного бажання. Адже здійснене любовне бажання означатиме кінець нескінченного кохання, тобто таке здійснення тотожне смерті, а тому і породжує страх смерті» [3, с. 159]. З цим важко погодитись. Адже фінал твору говорить нам про гідне покарання, яке персонажі заслужили, а не романтичну драму двох закоханих.

У цій сцені можна побачити прояв Едипового комплексу, а саме процес ідентифікації, інтерналізації батька (тобто символічне батьковбивство) та розплату за найбільший, страшний гріх.

**Висновки.** Отже, драма «Камінний Господарь» містить багато психоаналітичних компонентів. Історія Дон Жуана – про любов/ненависть та покарання. Сюжет яскраво відображає Едипів комплекс. Оскільки творчий процес містить сублимацію, можна провести паралелі між персонажами та самою авторкою. Виокремлення Едипового Комплексу в історії Дон Жуана може стати важливим доповненням у розумінні психології персонажів, яке вже сформувалось у літературознавців, дає змогу побачити спільне з життям Лесі Українки. Помістивши себе і своїх близьких у твір, авторка прогнала у драматичному сюжеті свій внутрішній конфлікт, помістила туди своє несвідоме. Встановлення специфіки проходження Едипового комплексу Лесі Українки зумовлює перспективу подальшого дослідження. Судячи з драми, письменниця чудово знала про Едипів Комплекс: від Софокла, Шекспіра (його «Гамлета»), Фрейда чи з власних джерел, важко сказати.

#### Список літератури:

1. Агеева В. Поетеса зламу століть. Творчість Лесі Українки в постмодерній інтерпретації: монографія. Київ, 1999. 264 с.
2. Забужко О. Notre Dame d'Ukraine: Українка в конфлікті міфологій: монографія. Київ, 2007. 640 с.
3. Зборовська Н. Моя Лесья Українка: Есей. Тернопіль, 2002. 228 с.
4. Косач-Кривинюк О. П. Лесья Українка. Хронологія життя і творчості: Репринт. вид. Вст. ст. М. Г. Жулинського. Луцьк, 2006. 928 с.
5. Кочерга С. Культурософія Лесі Українки. Семіотичний аналіз текстів: монографія. Луцьк, 2010. 656 с.
6. Лесья Українка. Повне академічне зібрання творів: У 14 т. Т. 4. Драматичні твори (1912-1913). Луцьк: 2021. 436 с.
7. Моклиця М. В. Лесья Українка: деконструкція прочитань: монографія. Київ, 2022. 430 с.
8. Фройд З. Вступ до психоаналізу; переклад з німецької Петра Таращука. Харків, 2015. 478 с.
9. Фройд З. Невпокій в культурі; переклад з німецької Ю. Прохаська. Вид. 2-ге. Львів, 2023. 120 с.
10. Фройд З. По той бік принципу задоволення, Я і Воно; переклад з німецької Я. Мишанича та Н. Іванових. Київ, 2021. 84 с.
11. Фройд З. Тлумачення снів; переклад з німецької В. Б. Чайковського. Харків, 2019. 602 с.

#### **Moklytsia H. V. OEDIPUS KING AND DON JUAN: THE DRAMA OF LESYA UKRAINKA “THE STONE MASTER”**

*The article carries out a psychoanalytic interpretation of Lesya Ukrainka's drama “The Stone Master”. The need to rely on the theories of S. Freud and the mechanisms of the psyche that he traced in clinical and applied psychoanalysis is emphasized. The article is based on the works of S. Freud “Introductions to Psychoanalysis”, “Interpretation of Dreams”, “Ego and it”, “Dissatisfaction with culture”, “Woodrow Wilson, President of the USA”, in the formation of the psyche and the concept of the Oedipus complex. Numerous researches of Lesya Ukrainka's drama “The Stone Master” used psychoanalytic ideas, comprehensively considered the psychology of the characters and the ambiguity of the images. But at the same time, they lost sight of an important component of the work: the plot of Oedipus in the story of Don Juan. According to psychoanalytic theory, the Oedipus complex by boys is represented by a conflict between a strong desire to kill the father and strong desire to obey him; in Oedipus the conflict is resolved through identification with the father. In the drama, the love triangle between Donna Anna, the Commander and Don Juan unfolds.*

*The relationship between Donna Anna and the Commander symbolizes the relationship between mother and father, and Don Juan is the image of an infantile teenager. The image of the Commander is considered as the embodiment of a father, and the impregnable equal to Don Juan in strength, Donna Anna represents the mother figure. In the plot of "The Stone Master", Don Juan falls in love with Donna Anna and kills the Commander in a duel to take his place. Killing the Commander becomes symbolic parricide, and taking his place symbolizes identification (symbolic cannibalism). For these terrible sins, Don Juan pays death. Donna Anna also receives payment, because she wanted to put a husband-son in the place of a husband-father. The specificity of Lesya Ukrainka's passage through the Oedipus complex is a prospect for future research.*

**Key words:** *Lesya Ukrainka, drama "The Stone Master", Freud, Oedipus complex, sublimation.*

## МОВИ НАРОДІВ АЗІЇ, АФРИКИ, АБОРИГЕННИХ НАРОДІВ АМЕРИКИ ТА АВСТРАЛІЇ

УДК 811.581'42'276.6:316.642.3

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/23>

**Нестеренко О. О.**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

### ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКОНАННЯ В КИТАЙСЬКОМОВНОМУ НАУКОВОМУ ТЕКСТІ

У статті проаналізовано особливості вербалізації комунікативної стратегії переконання у контексті наукового тексту. На матеріалі 100 китайськомовних наукових статей філологічного спрямування визначено, що стратегія переконання реалізується на лексичному та граматичному рівнях. Формами вербалізації цієї комунікативної стратегії є тактики цитування, аргументування, залучення фонових знань, ілюстрування та узагальнення. Визначено, що тактика цитування передбачає пряме та непряме цитування. Пряме цитування вербалізується шляхом дослівних цитат, яким передуює використання дієслів. У роботі підкреслено, що у китайськомовних наукових статтях частотним є цитування давніх текстів та трактатів, що зумовлено їх авторитетністю в науковому середовищі. Непряме цитування використовується для викладу ідей, думок та поглядів інших науковців, щоб підтвердити істинність своїх наукових результатів або протиставити власні ідеї поглядам інших науковців. У статті також виділено тактику аргументування, яка вербалізується шляхом наведення практичних результатів дослідження. Тактики залучення фонових знань, яку визначає у своєму дослідженні і Н. Б. Іваницька, характеризується використанням лексичних одиниць, які апелюють до вже наявних відомостей з теми. Встановлено, що наведення прикладів, які підтверджують істинність твердження, є формою вербалізації тактики ілюстрування. Об'єктивізація результатів дослідження реалізується на рівні тактики узагальнення інформації, що у мовній площині представлена вставними клішованими конструкціями. У цій розвідці окреслено і граматичні особливості вербалізації комунікативної стратегії переконання. Визначено, що основу наукових текстів становлять розповідні речення (стверджувальні та заперечні). Встановлено, що стратегія переконання вербалізується на рівні складно-підрядних речень протиставлення, причинно-наслідкових зв'язків, допустовості, умови та мети.

**Ключові слова:** китайська мова, науковий дискурс, комунікативна стратегія, тактика, вербальні засоби, переконання.

**Постановка проблеми.** Як відомо, сучасна китайська мова поділяється на усну (口头语) та писемну (书面语). Усний стиль мови використовується в повсякденній комунікації, його основними ознаками визначають природність (自然), простоту (平易), насиченість опису (不事雕琢) та динамічність (有跳跃性). Писемний стиль характеризується завершеністю структури (结构完整), системністю (讲究条理) та масштабністю (规范性). До основних лексичних особливостей наукового стилю відносять: використання термінів, лексем писемної мови, неологізмів і запозичень та уніфікованість лексики. Серед граматичних

характеристик наукового стилю виокремлюють використання складних розповідних речень. Науковий стиль диференціюють на власне науковий (专门科技体) та науково-популярний (通俗科技体) підстилі [1, с. 51].

Основними екстралінгвістичними ознаками наукового стилю є предметність та об'єктивність (чітке визначення предмета думки та об'єктивне ставлення до нього); понятійність, логічна послідовність та завершеність; смислова точність та ясність; лаконічність та стислість; відсутність образності та емоційності. До мовних ознак наукового стилю належать: відповідність нормам

літературної мови; використання абстрактної лексики; бозособовість та монологічність; завершеність висловлювання й тісний зв'язок між його частинами та ін. [2, с. 28–30].

Водночас, основною метою наукового тексту є представлення, аргументація та тлумачення наукових результатів та відкриттів. Як зазначає О. О. Селіванова, стратегічність будь-якої діяльності зумовлює наявність комунікативної стратегії, що є складником евристичної інтенційності програми дискурсу [3, с. 239]. Погоджуємось з Ф. С. Бацевичем, що комунікативна стратегія – це оптимальна реалізація інтенцій мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації [4, с. 121].

Комунікативна тактика є конкретним способом втілення інтенційної програми дискурсу, має динамічний характер, підпорядковується комунікативній стратегії. Вона спрямована «на певну зміну фрагмента свідомості адресата в потрібному для адресанта напрямку», а комунікативний хід є інструментом її реалізації [3, с. 240].

Таким чином, у контексті китайськомовного наукового дискурсу актуальним постає питання визначення вербальних засобів реалізації тактик комунікативної стратегії переконання як інструменту представлення та аргументації наукових результатів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Т. Віртанен та Х. Халмарі зазначають, що переконання визначається як лінгвістичні прийоми, що мають на меті змінити або вплинути на поведінку чи думку інших. Переконання є аргументацією, що охоплює дискурс, на меті якого є персевація, залежно від адресанта та суб'єкта [5, с. 5].

Б. Джонстон, аналізуючи лінгвістичні стратегії та культурні чинники дискурсу переконання, виділяє три стратегії переконання: квазілогіка (quasilogic), презентація (presentation) та аналогія (analogy). Метою квазілогічного переконання є вплив на адресата таким чином, щоб у нього не виникло сумнівів в істинності повідомлення, при цьому використовуються такі лексичні одиниці як «таким чином», «очевидно, що». Стратегія презентативного переконання, на думку дослідниці, передбачає використання візуальної метафори, наприклад, «погляньте», «зверніть увагу». Водночас, аналогія закликає до наявного досвіду [6, с. 145–149].

У контексті зіставного аналізу англomовного та україномовного наукового дискурсу Н. Б. Іваницька виділяє такі тактики стратегії переконання:

1) тактика інформування (констатації), 2) тактика посилення на авторитети, 3) тактика залучення фонових знань, 4) тактика інформаційного розгортання та 5) тактика компаративного аналізу. Дослідниця зазначає, що стратегія переконання в україномовних наукових статтях здебільшого репрезентована тактикою інформаційного розгортання, а у англomовному науковому дискурсі – тактикою посилення на авторитети [7, с. 222–226].

Н. Бідненко, аналізуючи мовні особливості науково-технічного стилю сучасної англійської мови, підкреслює бозособовість (impersonality), наявність трьох основних моделей речень (постуляторні (postulatory), аргументативні (argumentative) та формулювальні (formulative)), використання цитувань та посилань (quotations and references), приміток (foot-notes) у текстах цього дискурсу [8].

**Постановка завдання.** Мета цієї розвідки полягає в аналізі особливостей вербалізації комунікативної стратегії переконання в китайськомовному науковому дискурсі. Матеріалом дослідження слугували 100 китайськомовних наукових статей філологічного спрямування, дібрані методом суцільної вибірки з періодичного наукового онлайн-видання «Інформаційна мережа гуманітарних та соціальних наук Китаю» (中国高按人文社会科学信息网, <https://www.sinoss.net>).

**Виклад основного матеріалу.** У контексті китайськомовного наукового дискурсу вербалізація стратегії переконання реалізується на лексичному та граматичному рівнях. У ході дослідження виявлено, що однією з тактик, які покликані переконати реципієнта в істинності твердження, є **цитування**. Аналіз матеріалу дослідження дозволив виділити такі форми вербалізації тактики цитування:

1. Пряме (дослівне) цитування. У цьому контексті використовуються такі дієслова як 引用 – цитувати, 提出 – зазначати, 写道 – написати, 认为 – вважати, 论述 – трактувати, 解释 – пояснювати, після яких слідує цитата. Наприклад:

朱德熙先生认为“真正的词缀只能粘附在词根成分上头，它跟词根成分只有位置上的关系，没有意义上的联系”。 / Пан Чжу Десі **вважає, що** «справжній афікс можна приєднувати до кореня, з ним він має лише позиційний зв'язок, не смисловий».

刘世儒《魏晋南北朝个体量词研究》(1961) 引用一例..... / **Наведемо цитату** з праці Лю Шижу «Дослідження рахівних слів у Вей, Цзінь, Південних та Північних династій»...

谭景春(1998) 提出: ..... / Тан Цзінчунь (1998) **зазначає таке:** ...

Окрім цитат з праць сучасних авторів, в китайсько-мовних наукових текстах часто наводяться цитати з давніх текстів та трактатів, що має на меті переконати читача в істинності думки. Наприклад:

《说文解字》对“条”的解释是: ..... / У словнику «Щовень цзецзи» ієрогліф “条” (гілка) пояснюється так:...

Варто зазначити, що словник «Щовень цзецзи» є першим китайським ієрогліфічним словником, вважається авторитетним джерелом, створення якого датується I ст. н.е.

2. Непряме цитування. Наприклад:

Cheng (1991) 曾把汉语的“呢”分析为标句词, 作为“疑问助词”。/ Свого часу Чен (1991) аналізував частку “呢” як «питальну частку».

马庆株先生在《现代汉语词缀的性质、范围和分类》一文中, 注意到了ABB式形容词的内部差异。/ Ма Цінчжу у своїй праці «Природа, характеристики та класифікація афіксів сучасної китайської мови» звертає увагу на відмінності в творенні прикметників типу АBB.

Непряме цитування використовується для викладу ідей, думок, поглядів інших науковців, щоб:

а) підтвердити істинність своїх наукових результатів, наприклад:

赵元任先生也认为..... / Чжао Юаньжень також вважає...

У межах вербалізації «підтвердження думки» активно залучаються прислівники 也 – також, 还 – ще, 同样 – таким же чином.

б) протиставити власні ідеї поглядам інших науковців, наприклад:

同时他们也无法看到传统性别二分, 给研究带来的局限。/ Водночас, вони не можуть прослідкувати ті обмеження, які традиційна гендерна дихотомія привносить у дослідження.

У проаналізованих наукових статтях також прослідковується використання *тактики аргументування*. Наприклад:

除此之外还有其他文献可以佐证。/ Крім того, є й інші документи, які це підтверджують.

之所以惯用音译有以下几个方面的考虑..... / Причиною широкого використання транслітерації є такі міркування...

Тактика аргументування доволі часто опирається на практичні результати дослідження, наприклад:

实践证明,语言研究中过分强调共时与断代, 会大大限制人们对语言的认知与阐释。/ Практика доводить, що у філологічних дослідженнях надто багато уваги приділяється синхронії та періодизації, що значно обмежує розуміння та інтерпретацію мови.

根据对语料的考察, “咱就是说”可以出现在语句开头的位置。/ У результаті аналізу корпусу виявлено, що фраза «ми маємо на увазі» може стояти на початку речення.

Тактика аргументування функціонально переплітається з *тактикою залучення фонових знань*, вербалізація якої передбачає використання лексичних одиниць, які вказують на вже наявні відомості з теми. Наприклад:

此外, 我们知道, 语言学对对外汉语发展也起着不可低估的作用。/ Крім того, ми знаємо, що філологія відіграє важливу роль у розвитку вивчення китайської мови як іноземної.

*Тактика ілюстрування* представлена наведенням прикладів, при цьому використовуються такі лексичні одиниці: 比如, 例如 – наприклад.

在《庄子》一书中这样的例子有很多, 比如: ..... / У книзі «Джуан Цзи» таких прикладів багато, наприклад:...

还有就是带有明显问号的诘喻句, 例如: ..... / Також є риторичні питання зі знаками питання, наприклад:...

Стратегія переконання на рівні тактики наведення прикладів також підсилюється інформативним коментарем. Наприклад:

从以上例句中, 我们可以看到, 在网络中, 人们赋予了“上头”更广泛的意义和更宽泛的用法。/ З наведених вище прикладів ми можемо побачити, що в мережі Інтернет люди надають виразу «shangtou» ширшого значення та використання.

Вербалізація тактики *узагальнення інформації* має на меті не лише об'єктивувати результати дослідження, а й переконати реципієнта в істинності твердження. При цьому використовуються такі вставні клішовані структури: 由此看来 – тим самим, з огляду на це, 由此可以看出 – звідси видно, що..., 综上所述 – узагальнюючи вище зазначене, 正因为如此 – саме тому, 显然 – очевидно, що... Наприклад:

由此看来, 尽管各家给词缀下的定义不尽相同, 但有一点是比较一致的, 即词缀的意义是虚化的。/ З цього випливає, що хоча різні науковці дають різне визначення афікса, одне є відносно зрозумілим: значення афіксів є розмитим.

显然, “被 XX” 句式违反了汉语被动句式的普遍规律, 也正因为如此, 它引起了我们的研究兴趣。/ Очевидно, що модель речення з “被XX” порушує універсальні правила пасивних моделей речень в китайській мові, саме тому вона й викликає наш інтерес.

因此, 对词汇史、词汇学史中一些有价值的研究成果应给予足够的关注, 也就是很自然的事了。/ Таким чином, потрібно достатньо приділяти

уваги результатам досліджень з історії лексики та лексикології, що є цілком природно.

Вербалізація стратегії переконання також пов'язана і з граматичною структурою речення наукового тексту. Як відомо, за змістом та емоційним забарвленням, речення в сучасній китайській мові можна поділити на розповідні (陈述句), питальні (疑问句), імперативні (祈使句) та окличні (感叹句) [9, с. 147]. Основу наукових текстів становлять розповідні речення (стверджувальні та заперечні). Наприклад:

晋朝离 Cīnae 这个词的产生已经三四百年了, 如果假设这个词的来源是“晋”, 那么这 一个“晋”更应该是先秦时期晋国的“晋”, 但是考虑到直到西汉时期中国人对河西走廊还一无所知, 先秦时期的晋国很难会与西域国家产生往来, 所以先秦的晋应该不是该词的来源。/ Минуло триста-чотириста років від династії Цзінь, як з'явилося слово Cīnae. Якщо припустити, що це слово походить від «Цзінь», то воно корелюватиме із «Цзінь» епохи Цінь. Однак, враховуючи, що за часів династії Західна Хань китайці все ще нічого не знали про коридор Хесі, держава Цзінь у період династії Цінь мало ймовірно, що контактувала із державами Західного регіону, тож і «Цзінь» не може мати такого джерела походження.

У ході аналізу матеріалу дослідження було виявлено, що стратегія переконання реалізується на рівні складно-підрядних речень (主从复句), які виражають:

1. Протиставлення (转折关系). Так, залучаються такі сполучники як 但 – але, 可是 – а, 却 – проте, 而 – а, 不过 – однак та граматичні конструкції 不但……而且……, 不仅……而且……, 非但……而且…… – не лише..., а й..., 尽管……但是……, 固然……但是……, 虽然……但是…… – хоча..., але..., 即使……也…… – навіть якщо..., все ж... Наприклад:

量词与所搭配的词是双向选择的关系, 虽然名词或动词总是处于主导地位, 他们的存在决定了对量词的选择, 但是量词也不完全是被动的, 它在一定程度上也制约着名词或动词的选择。/ Існує двосторонній зв'язок між рахівними слова та лексичними одиницями, з якими вони поєднуються. Хоча іменники або дієслова мають домінуюче значення й визначають вибір рахівного слова, але останні не є повністю пасивними, певною мірою також обмежують вибір іменника або дієслова.

2. Причинно-наслідкові зв'язки (因果关系). У цьому контексті залучаються сполучники та граматичні конструкції 因为 – оскільки, 因而 – таким чином, 因为……所以…… – оскільки..., тому...,

由于……因此…… через..., отже..., 既然…… (那) 就 (也)…… – оскільки..., то... Наприклад:

由于人们对事物特征认知的角度、方法不同, 同一名词会出现多个量词与之搭配的现象, 这种现象的产生是量词发展到一定阶段的必然产物。/ **Оскільки** є різні погляди на пізнання характеристик речей, один іменник може поєднуватись з декількома рахівними словами, це явище є неминучим результатом розвитку рахівників слів.

3. Допустовість (假设关系). У китайськомовних наукових текстах виражається такими конструкціями як 如果……就 (则)…… – якщо..., то... та 要不是……就…… – якщо не..., то... Наприклад:

**Если** 一个词的意义改变了, **则** 有必要观察它是否是词类发生了转变。/ **Якщо** значення слова змінюється, **то** потрібно дослідити, чи не відбулась зміна частиномовної приналежності.

4. Умову (条件关系). Складно-підрядні речення умови формуються граматичними конструкціями 只有……才…… – лише якщо..., то..., 只要……就…… – лише..., тоді..., 除非……才…… – лише за умови..., тоді..., 无论 (不论, 不管)……都 (也) – незважаючи на..., всеодно... Наприклад:

**无论** 是天竺, 身毒还是今天的印度 **都是** 音译, 即便是今天我们依然能够从这些词的发音中找出其间共同的联系。/ **Чи** то Тяньчжу, Шенду **чи** сучасна Індія – **все** це транслітерація, навіть сьогодні ми все ще можемо знайти зв'язок у вимові цих слів.

5. Мету (目的关系). У контексті складно-підрядних речень мети використовуються прийменники 为了, 以, 以便 – щоб, задля 以免 – щоб уникнути. Наприклад:

**为了** 实现这一目标, 先对相关的研究分类问题进行了探讨。/ **Задля** досягнення цієї мети спочатку слід обговорити відповідні питання класифікації досліджень.

**Висновки.** У цій розвідці проаналізовано особливості вербалізації комунікативної стратегії переконання в китайськомовному науковому дискурсі. На матеріалі наукових статей філологічного спрямування визначено, що ця стратегія реалізується тактиками цитування (пряме та непряме), аргументування, залучення фонових знань, ілюстрування та узагальнення. Встановлено, що стратегія переконання вербалізується на рівні складно-підрядних речень протиставлення, причинно-наслідкових зв'язків, допустовості, умови та мети. Перспективи дослідження вбачаємо в аналізі вербалізації стратегії переконання у контексті китайськомовних текстів публіцистичного стилю.

Список літератури:

1. 滕安利. 使用科技汉语. *科技汉语与写作*. 1991. 51–56 页. URL: <https://www.cjstp.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=197> (дата звернення: 22.01.2023).
2. Мацюк З., Станкевич Н. Українська мова професійного спілкування: навч. посібник. Київ: Каравела, 2005. 245 с.
3. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля-К., 2006. 716 с.
4. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
5. Persuasion Across Genres: A linguistic approach / edited by Helena Halmari, Tuija Virtanen. Amsterdam: John Benjamins Publishing Co. 2005. 250 p. URL: [https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=Xj7O3KH-zgMC&oi=fnd&pg=PP11&dq=linguistic+strategies+and+tactics+persuasion&ots=sPBLh\\_DZwp&sig=WuWpVKM1MZG57Zq2gsNJRMVAkcY&redir\\_esc=y#v=onepage&q=linguistic%20strategies%20and%20tactics%20persuasion&f=false](https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=Xj7O3KH-zgMC&oi=fnd&pg=PP11&dq=linguistic+strategies+and+tactics+persuasion&ots=sPBLh_DZwp&sig=WuWpVKM1MZG57Zq2gsNJRMVAkcY&redir_esc=y#v=onepage&q=linguistic%20strategies%20and%20tactics%20persuasion&f=false) (дата звернення: 22.01.2024).
6. Johnstone B. Linguistic Strategies and Cultural Styles for Persuasive Discourse. URL: [https://kilthub.cmu.edu/articles/journal\\_contribution/Linguistic\\_Strategies\\_and\\_Cultural\\_Styles\\_for\\_Persuasive\\_Discourse/6469661](https://kilthub.cmu.edu/articles/journal_contribution/Linguistic_Strategies_and_Cultural_Styles_for_Persuasive_Discourse/6469661) (дата звернення: 22.01.2024).
7. Іваницька Н. Б. Реалізація комунікативної стратегії переконання в різномовних наукових статтях: зіставний аспект. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Том 32 (71). № 1 Ч. 1. С. 220–228.
8. Bidnenko N. The language peculiarities of modern English scientific and technical literature style. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Філологічні науки»*. 2014. № 2 (8). С. 181–185.
9. 现代汉语语法教程 / 朱成器编著. 北京: 对外经济贸易大学出版社, 2002. 238页.

**Nesterenko O. O. VERBALIZATION OF THE COMMUNICATIVE STRATEGY OF PERSUASION IN CHINESE SCIENTIFIC TEXTS**

*The article analyzes the peculiarities of the verbalization of the communicative strategy of persuasion in the context of scientific texts. Based on the material of 100 Chinese-language scientific articles of a philological orientation, it was determined that the strategy of persuasion is implemented at the lexical and grammatical levels. The forms of verbalization of this communicative strategy are the tactics of quoting, argumentation, involvement of background knowledge, illustration and generalization. It was determined that citation tactics include direct and indirect citation. Direct quotation is verbalized through verbatim quotations preceded by the use of verbs. The work emphasizes that ancient texts and treatises are often cited in Chinese-language scientific articles, due to their authority in the scientific environment. Indirect citation is used to present the ideas, opinions and views of other scientists in order to confirm the truth of one's scientific results or to contrast one's own ideas with the views of other scientists. The article also highlights the tactics of argumentation, which is verbalized by citing practical research results. Tactics of attracting background knowledge, which is also highlighted in the N.B. Ivanytska's research, is determined by the use of lexical units that appeal to already available information on the topic. It is established that giving examples that confirm the truth of the statement is a form of verbalization of the tactic of illustration. The objectification of research results is implemented at the level of tactics of generalizing information, which is verbalized by inserted clichéd constructions. In this study, the grammatical features of the verbalization of the communicative strategy of persuasion are also outlined. It was determined that narrative sentences (affirmative and negative) form the basis of scientific texts. It was established that the strategy of persuasion is verbalized at the level of complex-subjunctive sentences of opposition, cause-and-effect relationships, admissibility, conditions and goals.*

**Key words:** Chinese language, scientific discourse, communicative strategy, tactics, verbal means, persuasion.



## ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

УДК 070.1:316.77:355.01

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/24>**Колкутіна В. В.**

Національний університет «Одеська юридична академія»

### ІНТЕРВ'Ю ЯК НАРАТИВ У СТРУКТУРІ СУЧАСНОГО СТОРІТЕЛІНГУ

*У статті досліджується інтерв'ю як наратив в структурі українського сторітелінгу на матеріалі публікацій липня 2023 року в рубриці «Історії» на сайті BBC NEWS Україна.*

*Відзначається, що сучасний сторітелінг покликаний розповідати історії, котрі у той чи інший спосіб можуть бути уміщені в структуру інтерв'ю. Зі структурно-архітектонічною побудовою сторітелінгу безпосередньо пов'язаний наратив.*

*Наголошується, що наратив власне передає розповідь, виражає історію чи подію. Інтерв'ю – діалогічно спрямоване, має визначений характер, пов'язане з конкретною подією і реальними героями. Проаналізовані матеріали (інтерв'ю Олександра Ткаченка BBC: «Я не хотів би бути цапом-відбувайлом» та «Два дні народження, три приtulки, експертиза у гінеколога і Радбез ООН. Дуже непростий шлях української дівчинки з Росії до мами») переконали нас в тому, що інтерв'ю може виступати структурним елементом сучасного сторітелінгу та характеризуватися наявністю осіб, що запитують і відповідають, структурованою послідовністю запитань і відповідей, завершеним характером. Ці ознаки визначають інтерв'ю не тільки як один із найпоширеніших способів отримання інформації, а як форму спілкування між людьми та передбачають подієвість здійснених вчинків або заходів героїв, повідомлення про досягнення респондентів, його думки щодо ситуації, в якій вони опинилися, що в контексті журналістського дискурсу представляє собою структурну сюжетну історію, повну й завершену. Така історія передбачає вступ з конфліктом, розвитком події, розв'язкою та логічним фіналом. А мультимедійний формат, притаманний сторітелінгу, уможливило додавання до текстової історії фотографії або інших інструментів.*

*Доведено, що наратив, по-перше, формує оповідну стратегію інтерв'ю, мотивуючи журналіста до хронологічного обумовленого викладу подій, допомагає розкрити, пояснити, прояснити складні факти героїв або події (зокрема, обґрунтовує звільнення з посади Олександра Ткаченка або ж «відстежує» перебіг жахливих епізодів Вероніки). По-друге, цікава розповідь концентрує увагу читача на актуальних, онтологічно значущих темах, завдяки чому оповідь у структурі сторітелінгу виступає цікавою та емоційно зворушливою.*

*Обґрунтовано, що проаналізовані нами журналістські матеріали – це приклад того, як інтерв'ю може бути не суцільним полотном «питання-відповідь», а повноцінною історією, з передумовою, візуальним контентом.*

**Ключові слова:** сторітелінг, інтерв'ю, наратив, історії, сайт BBC NEWS Україна, журналістський матеріал, трансформація жанру.

**Постановка проблеми.** Сучасна комунікативістика стрімко змінюється та трансформується відповідно до вимог часу, а журналістські підходи до роботи та організації матеріалу стають дедалі виразнішими, набуваючи нових ознак. Цей пояснюється, зокрема, тим, що ми живемо в інформаційну епоху, а інформаційний простір характеризується особливостями, які безпосередньо впливають на специфіку подачі та змісту матеріалу. Особливо цей процес притаманний інтерв'ю.

У сучасному світі роль ЗМІ є дуже вагомим інструментом у формуванні картини світосприйняття кожної окремої людини, особливо на тлі збройної агресії Росії проти України. Спосіб, яким розповідаються історії, визначає наше сприйняття світу, формує глибокі переконання та відображає суспільні цінності. У цьому контексті важливо розглянути інтерв'ю як наратив у структурі сучасного сторітелінгу. Для дослідження ми обрали сайт BBC NEWS Україна, а саме, рубрику з промовистою назвою «Історії».

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Зарубіжні дослідники, характеризуючи сутність інтерв'ю, акцентують увагу на головній його ознаці – структурі, яка включає запитання і відповіді. Так, М. Галлер підкреслює, що: «інтерв'ю демонструє в розважальному вигляді знання та думки, являє собою спосіб мислення відомих або просто цікавих у певній ситуації осіб, що знаходиться вираження у послідовних висловлюваннях, виражених в автентичній формі» [13, с. 125].

Дж. Фрадріх зазначає, що інтерв'ю являє собою цілеспрямовану послідовну зміну питань і відповідей, під час якої одна особа (інтерв'юер) лише ставить питання, а інший учасник інтерв'ю (респондент) – лише відповідає на поставлені питання [14, с. 7]. Таке визначення хоч і підкреслює головну ознаку інтерв'ю, але при цьому демонструє лише його ідеальну модель [5, с. 140].

Наратив у структурі сторітелінгу вивчали О.С. Васьківська, О. Харитоненко, Л. Василик, О. Нестеренко. Український письменник, журналіст Марк Лівін наголошує, що «усе на світі можна розповісти через історію. Хай би про що ви писали, інформація стане яскравішою й цікавішою, якщо загорнути її в такий формат. Саме історія, а не сухі факти допомагають емоційно залучити й переконати вашу аудиторію» [6, с. 184].

За Г. Почепцовим наратив краще для людини, оскільки ним створюється впорядкованість, що викликає задоволення на рівні психіки. «Сюжети не тільки подобаються мозку, вони керують і програмують людину», – наголошує дослідник, стверджуючи, що світ побудований наративами [11, с. 107].

**Постановка завдання.** Сторітелінг враховує запит на наративну оповідь, а інтерв'ю сприяє реалізації цього запиту. Отже, метою нашої статті є дослідження інтерв'ю як наративу в структурі українського сторітелінгу на матеріалі публікації липня та листопада 2023 року в рубриці «Історії» на сайті BBC NEWS Україна.

**Виклад основного матеріалу.** Сучасний сторітелінг покликаний розповідати історії, котрі у той чи інший спосіб можуть бути уміщені в структуру інтерв'ю. Зі структурно-архітектонічною побудовою сторітелінгу безпосередньо, як на наш погляд, пов'язаний наратив. Наратив (від лат. *narrativus* – оповідний) – це поняття, яке використовується у літературній критиці та культурології для опису оповідання чи розповіді, що передають послідовність подій. Наратив може виникати у різних формах мистецтва, таких як література, кіно, театр, а також у медіа, інтерактивних та соціальних платформах. Наративи відіграють значну роль у формуванні культурних цінностей та пере-

конань, а також використовуються в історичному та політичному контексті для інтерпретації минулих подій та сучасних проблем [7].

Головна мета журналістського матеріалу – інтерв'ю Олександра Ткаченка ВВС: «Я не хотів би бути цапом-відбувайлом» – показати ефективну діяльність экс-міністра культури та інформаційної політики на своїй посаді впродовж нетривалого часу. Автор матеріалу, журналіст Святослав Хоменко, у розмові зі своїм візаві, згадує чимало скандалів, пов'язаних з високопосадовцем: історію з коштами, виділеними на добудову музею Голодомору, «публікацію пітчів серіалів, які перемогли на конкурсі на державне фінансування, початок заміни радянського герба на тризуб на "Батьківщині-матері"...» [10]. Дана інформація подається в першій частині, до інтерв'ю, тим самим роз'яснюється контекст для тих читачів, які не слідкували за цими подіями.

Заголовок та лід виступають «гачком», що уміщують інтригу та мотивують дочитати текст до кінця. Дуже важливо, що, сприймаючи будь-яку історію, читач не відчував дискомфорту через певне непорозуміння інформації. Надлишкова інформація відштовхує, тому початок-зав'язка має водночас і зацікавити, й інтригувати, і пояснити, про що йтиметься далі. Тобто, у ліді журналіст «зачепив» реципієнта, а далі текст деталізується. Аналізоване нами інтерв'ю «тематично» структуроване: текст поділений на частини відповідно до критики О. Ткаченка: серіали за мільйони під час війни, фінансування музеїв, заміна радянського гербу на «Батьківщині-матері» тощо. За першою частиною можна простежити структуровані етапи мислення журналіста та його візаві щодо окресленої теми, а причинно-наслідкові зв'язки реалізуються безпосередньо вже в тексті інтерв'ю. Перебивки тексту на фото дозволяють відпочити читачеві від текстового навантаження. Сучасний дослідник сторітелінгу О. Побідаш наголошує: «Історія має бути структурована, аби не порушувати логічності викладу та не втратити реципієнта через напруженість сприймання інформації. У сторітелінгу структура – скелет історії...» [9, с. 147].

Журналістський матеріал логічно завершується – чітко виражений фінальний «акорд», після якого відчувається викінченість: на питання журналіста ВВС «Що б ви хотіли, щоб про вас було написано у Вікіпедії?» О. Ткаченко відповідає: «Тризуб зробив» [10].

Як бачимо, з одного боку, цьому інтерв'ю притаманні усі ознаки жанру: діалогічна форма отримання та подання тієї чи іншої інформації, цілеспрямованість на подання інформації за допо-

могою ЗМІ; публічний характер розмови; респондентом виступає відома особистість або свідок певної важливої події, що робить такого свідка також важливою особистістю в даний момент часу; в основі інтерв'ю лежить безпосереднє спілкування журналіста та респондента; структура інтерв'ю містить у собі схему «питання-відповідь»; двоадресність, яка проявляється в тому, що інформація призначається не лише для учасників діалогу, а й для споживачів ЗМІ. Водночас, це інтерв'ю передбачає хронологічне розгортання подій, в його основі – подієвість здійснених вчинків і заходів экс-міністра, повідомлення про досягнення респондента у професійній сфері, його думки з будь-яких актуальних, цікавих питань, що в контексті журналістського дискурсу представляє собою структурну сюжетну історію, повну й завершену. Така історія передбачає вступ з конфліктом, розвитком події, розв'язкою та логічним фіналом. А мультимедійний формат, притаманний сторітелінгу, уможливує додавання до текстової історії фотографії або інших інструментів: «Журналістський текст, як сказали б ми, використовує літературознавчу термінологію, стає поліфонічним: читач спочатку занурюється в опис і моделює в своїй уяві певну картину, потім він може побачити її за допомогою відео очима учасника подій, паралельно вона йому відкриється пропущеною через уяву фотографа в інтерактивних панорамах тощо...» [12, с. 245].

7 листопада 2023 року в рубриці «Історії» на сайті BBC NEWS Україна була вміщена історія про дівчинку, котра була вивезена з України в Росію під час війни – «Два дні народження, три притулки, експертиза у гінеколога і Радбез ООН. Дуже непростий шлях української дівчинки з Росії до мами» [4], яку написали журналісти Святослав Хоменко і Ніна Назарова.

У сторітелінгу йдеться про життєву драму Вероніки, яка втратила зв'язок зі своєю матір'ю під час війни і потрапила через повномасштабне вторгнення до Росії. Від'їзд був вимушений. Подієвість та розвиток сюжетних ліній простежується в монологах та діалогах підлітка. Читач з її слів дізнається, що героїні фабрикували свідчення про звалтування: «"Вони мені кажуть: "Скажи, що у вас все було, і ми тоді тебе не будемо мучити", – згадує Вероніка. У розмові з кореспондентом BBC вона каже, що запам'ятала 6 березня як "чорний день календаря"» [4]. З її слів читач дізнається про страх та самотність, тугу за своєю матір'ю. Неймовірна витримка та рішучість розкриває силу духу та внутрішню стійкість, які допомогли

їй пережити тяжкі випробування в житті. Хронологічно упорядковані події перших годин повномасштабного вторгнення героїня описує так: «О 4:21 ранку – Вероніка каже, що запам'ятала час до хвилини – всі прокинулися від обстрілів. З насосної ями, куди сховалася дівчинка та вся родина Мельників, вона зателефонувала матері. Вже в першу ніч повномасштабної війни в селі з'явилися жертви і серед прикордонників з найближчої застави, і серед цивільних» [4]. Про усі знакові події для Вероніки та її емоційний стан читач дізнається з її слів: про спокійний час перебування у «Мрії», нескладне навчання, вимушений переїзд до нового ПТР, заборону без дозволу виходити на вулицю та пересуватися до школи, боулінг, цькування тощо. Такі описи з вуст героїні дозволяють передати атмосферу місця, завдяки чому читача поглинає ефект присутності. Реципієнт мимовільно стає ніби учасником цих подій і картинки з життя дівчини стають достовірними, реальними, насиченими хронологічно впорядкованими фактами, а її характер увиразнюється.

Для створення візуального образу автори використали промовисті фотографії, що супроводжують читачів протягом всього сторітелінгу. Це допомагає їм ще більше заглибитись в сприйняття історії. Червоний фон на фотографіях символізує жах і трагедію, які стали частиною життя дітей під час війни та відображає не лише переживання Вероніки, але й трагічний досвід усіх дітей, яких силоміць вивезли на територію Росії. Фотографії роблять історію більш виразною та емоційно зарядженою, спонукаючи читачів до глибокого співпереживання.

Жахіття війни переповідає тітка Вероніки Тетяна Мельник та її матір Ніна Власова. Саме з їх слів читач дізнається про непорозуміння між родичами («У нас в сім'ї немає теплих родинних стосунків», – беземоційно констатує Тетяна Мельник у розмові з BBC), про те, що Ніна Власова в минулому була військовослужбовицею ЗСУ: «"Вона в Росії військовий злочинець", – пояснює Тетяна Мельник BBC». Постійні шантаж, дезінформація, залякування, відсутність роботи на чужині ввели в оману і саму дівчину. Вона згадує, що на перших порах вона майже повірила тітці.

У цій історії інтерв'ю виступає своєрідним інструментом побудови образів, оскільки дозволяє глибше розкрити характери, почуття, думки та досвід осіб, які беруть участь у подіях. Сторітелінг має переважно діалогічний характер, завдяки розповідям героїв оповіді притаманна діалогічна форма викладу. Автор журналістського матеріалу

словами Вероніки, її матері або тітки в багатьох випадках безпосередньо звертається до читача, або ж аргументує для нього щось важливе як для співрозмовника. Саме тому в цьому журналістському матеріалі порушуються конкретні питання, пропонуються на них відповіді, наводяться докази на користь тієї чи іншої позиції й висувуються конкретні факти повір'яння української дівчини тощо, чим формується комунікативний процес «розмови» з читачем.

Наприклад, завдяки висвітленню думок усіх героїв, розкриваються характери та особистісні відносини між членами цієї сім'ї. Тетяна Мельник – це людина з «неоднозначними думками», тому що неодноразово розповідала, що все не так погано і не хотіла виїжджати з Росії. А мама, бабуся та безпосередньо дівчинка – залишались вірними своїм переконанням та боролись за повернення Вероніки.

**Висновки.** Наратив власне передає розповідь, виражає історію чи подію. Інтерв'ю – діалогічно спрямоване, має визначений характер, пов'язане з конкретною подією і реальними героями. Проаналізовані матеріали переконали нас в тому, що інтерв'ю може виступати структурним елементом сучасного сторітелінгу та характеризується наявністю осіб, що запитують і відповідають, структурованою послідовністю запитань і відповідей, завершеним характером. Ці ознаки визначають

інтерв'ю не тільки як один із найпоширеніших способів отримання інформації, а як форму спілкування між людьми та передбачають подієвість здійснених вчинків або заходів героїв, повідомлення про досягнення респондентів, його думки щодо ситуації, в якій вони опинилися, що в контексті журналістського дискурсу представляє собою структурну сюжетну історію, повну й завершену. Така історія передбачає вступ з конфліктом, розвитком події, розв'язкою та логічним фіналом. А мультимедійний формат, притаманний сторітелінгу, уможливорює додавання до текстової історії фотографії або інших інструментів.

У свою чергу наратив, по-перше, формує оповідну стратегію інтерв'ю, мотивуючи журналіста до хронологічного обумовленого викладу подій, допомагає розкрити, пояснити, прояснити складні факти героїв або події (зокрема, обґрунтовує звільнення з посади Олександра Ткаченка або ж «відстежує» перебіг жажливих епізодів Вероніки). По-друге, цікава розповідь концентрує увагу читача на актуальних, онтологічно значущих темах, завдяки чому оповідь у структурі сторітелінгу виступає цікавою та емоційно зворушливою.

На наш погляд, проаналізовані журналістські матеріали – це приклад того, як інтерв'ю може бути не суцільним полотном «питання-відповідь», а повноцінною історією, з передумовою та візуальним контентом.

#### Список літератури:

1. Василик Л. Трансмедійний сторітелінг. *Підручник із крос-медіа* / вид. І. Крессу, М. Гузун, Л. Василик. Bonn / Germany – Sibiu / Romania : Schiller Publishing House, 2015. С. 27–35.
2. Васківська О. Сторітелінг як інструмент соціальної журналістики. *Modern international relations: topical problems of theory and practice: collective monograph* / Faculty of International Relations of the National Aviation University; under general editorship of W. Welskop, Y. O. Voloshin Lodz: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu w Łodzi, 2021. С. 280–284.
3. BBC News Україна. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/institutional-38144833> (Дата звернення: 11.10.2023)
4. Два дні народження, три притулки, експертиза у гінеколога і Радбез ООН. Дуже непростий шлях української дівчинки з Росії до мами. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/cw02elvydxpo> (Дата звернення: 31.10.2023).
5. Дяків Х. Ю. Телеінтерв'ю і труднощі для журналістів. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. 2018. Вип. 1(69), ч. 1. С. 139–142.
6. Лівін Марк. Сторітелінг для очей, вух та серця. Київ, 2020. 184 с.
7. Наратив – це що таке, суть, визначення, види, типи та приклади наративів. URL: <https://termin.in.ua/naratyv/> (Дата звернення: 31.10.2023).
8. Нестеренко О. А. Діахронна проекція онлайн-сторітелінгу. *Поліграфія і видавнича справа*. 2016. № 2. С. 275–284.
9. Побідаш І.Л. Сторітелінг: ознаки «гарної» історії. *Обрії друкарства*. 2019. 1(7). С. 144–150.
10. Ткаченко Олександр «Я не хотів би бути цапом-відбувайлом». URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/cllg2jq9j8o> (Дата звернення: 31.10.2023).
11. Чабаненко М.В. Підготовка інтернет-новин: структурування інформації, передача смислів. *Кросмедіа: контент, технології, перспективи*. К., кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Т. Шевченка. 2017. С. 107.

12. Харитоненко О.. Сторітелінг як жанр, наратив і засіб архітекtonіки в журналістиці: зміст, різновиди, сучасні інтерпретації. *Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку* : матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції (25 жовтня 2018 р.) [наук. ред. В. М. Каленич]. Вінниця, 2018. 352 с. С. 243–250.

13. Haller M. *Das Interview* / Michael Haller. 5. Aufl. Konstanz, München : UVK, 2013. 346 p.

14. Friedrichs J., Schwinges U. *Das journalistische Interview* / Jürgen Friedrichs, Ulrich Schwinges. Wiesbaden : VS Verlag, 2005. 323 p.

### **Kolkutina V. V. THE INTERVIEW AS A NARRATIVE IN THE STRUCTURE OF MODERN STORYTELLING**

*The article examines the interview as a narrative in the structure of Ukrainian storytelling based on the material published in July 2023 in the "Stories" section on the BBC NEWS Ukraine website. It is noted that modern storytelling is designed to tell stories that can be included in the structure of an interview in one way or another. Narrative is directly related to the structural and architectural construction of storytelling.*

*It is emphasized that the narrative actually conveys a story, expresses a story or an event. The interview is dialogically oriented, has a specific character, is related to a specific event and real characters. The analyzed materials (an interview of Oleksandr Tkachenko with the BBC: "I would not like to be a scapegoat" and "Two birthdays, three shelters, an examination by a gynecologist and the UN Security Council. The very difficult path of a Ukrainian girl from Russia to her mother") convinced us that because an interview can act as a structural element of modern storytelling and is characterized by the presence of persons who ask and answer, a structured sequence of questions and answers, and a complete character. These characteristics define the interview not only as one of the most common ways of obtaining information, but as a form of communication between people and include the event, the actions or actions of the heroes, reports on the achievements of the respondents, his thoughts on the situation in which they found themselves, what in the context journalistic discourse is a structural plot story, complete and finished. Such a story involves an introduction with a conflict, a development of the event, a resolution and a logical ending. And the multimedia format inherent in storytelling makes it possible to add photos or other tools to the text story. It is proved that the narrative, first of all, forms the narrative strategy of the interview, motivating the journalist to a chronologically conditioned presentation of events, helps to reveal, explain, clarify the complex facts of the heroes or events (in particular, it justifies the dismissal from the post of Oleksandr Tkachenko or "tracks" the course terrible episodes of Veronica). Secondly, an interesting story focuses the reader's attention on topical, ontologically significant topics, thanks to which the story in the structure of storytelling is interesting and emotionally moving.*

*It is justified that the journalistic materials analyzed by us are an example of how an interview can be not a solid "question-answer" canvas, but a completed story, with a premise, visual content, motivated questions and answers to them.*

**Key words:** *storytelling, interview, narrative, stories, BBC NEWS Ukraine site, journalistic material, genre transformation.*

*Літвінчук І. С.*

Національний університет «Одеська юридична академія»

## ЕФЕКТИВНІСТЬ КОМУНІКАЦІЇ В МЕДІА ПІД ЧАС КРИЗИ

*Вивчення ролі медіа в поширенні актуальної та достовірної інформації під час кризи включає детальний аналіз впливу засобів масової інформації на формування громадської думки та визначення характеристик ефективності цього процесу.*

*Однією з ключових аспектів є визначення того, наскільки ефективно медіа вдаються до розповсюдження актуальної інформації, яка відповідає потребам та очікуванням громадськості. Вивчення реакції аудиторії на подану інформацію дозволяє визначити, наскільки вона відповідає вимогам громадської безпеки та інших факторів.*

*Також, важливим є аналіз достовірності інформації, яку медіа поширюють під час кризи. Ідентифікація та оцінка джерел, використовуваних медіа, а також ступінь їхньої достовірності, дозволяє визначити, наскільки інформація відповідає стандартам журналістики та може впливати на сприйняття ситуації громадськістю.*

*Важливим аспектом дослідження є також вивчення ролі медіа у формуванні образу кризової ситуації. Якщо медіа акцентують увагу на конкретних аспектах або використовують емоційно забарвлену лексику, це може впливати на сприйняття громадськістю та формування її позицій.*

*Усі ці елементи аналізу визначають важливі аспекти ролі медіа в поширенні інформації під час кризи та визначають ефективність цього процесу в контексті забезпечення громадської освіти, довіри та впливу на прийняття рішень.*

*Дослідження ролі медіа в поширенні актуальної та достовірної інформації під час кризи визначає важливі аспекти, такі як ефективність розповсюдження інформації, реакція громадськості та рівень достовірності використовуваних джерел. Зазначений аналіз також включає в себе аналіз взаємодії медіа з аудиторією та процесу формування образу кризової ситуації.*

*У розгляді ефективності комунікаційного процесу важливо враховувати, наскільки медіа вміло взаємодіють із своєю аудиторією, адаптуючи інформацію до її потреб та очікувань. Детальний аналіз реакції громадськості на подану інформацію дозволить визначити ступінь впливу медіа на формування громадської думки та ставлення до подій у кризовий період.*

*Зокрема, дослідження включає аналіз того, наскільки достовірно та об'єктивно медіа використовують джерела інформації в умовах кризи. Оцінка рівня достовірності допоможе визначити, наскільки вірогідно громадськість прийме інформацію та як це вплине на її реакцію.*

*Усі ці аспекти аналізу разом сприятимуть глибшому розумінню впливу медіа на суспільство під час кризових ситуацій та визначенню оптимальних стратегій комунікації в умовах неспокою та невизначеності.*

**Ключові слова:** комунікація, криза, медіа, кризова комунікація, ефективна комунікація.

**Постановка проблеми.** Зростання кількості кризових ситуацій у сучасному світі підкреслює важливість ролі медіа в інформуванні громадськості та формуванні образу подій. Однак ефективність комунікації в медіа під час кризи стає предметом серйозних сумнівів та обговорень. Проблема полягає в тому, наскільки медіа здатні забезпечити швидке та достовірне поширення інформації, уникнути поширення неправдивих та спекулятивних даних, а також вплинути на сприйняття громадськістю подій у кризовий період. Дослідження цієї проблеми має на меті розкрити основні виклики, з якими стикаються медіа

в процесі комунікації під час кризи та визначити оптимальні стратегії для поліпшення ефективності цього процесу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У період кризи збільшується значущість комунікації на різних рівнях суспільства, а роль комунікації стає ключовим елементом ефективного управління та прийняття стратегічних рішень. Зумовлений кризовий характер сучасного суспільства породжує новий напрямок наукового аналізу та практичних підходів – кризову комунікацію. Важливою є роль ефективної кризової комунікації у запобіганні паніці, страху та іншим психологіч-

ним наслідкам кризи, а також у врятуванні життів людей. Область кризових комунікацій є специфічним об'єктом досліджень у галузі взаємодії з громадськістю. Різні науковці, такі як Є. Гарькавий, С. Ставченко, П. Кухта, А. Баровська, та інші, проводили дослідження проблематики кризової комунікації та кризового менеджменту, а також вивчали взаємодію ЗМІ з владою під час криз [8].

**Постановка завдання.** Головною метою даного дослідження є вивчення та оцінка ефективності комунікаційних стратегій, що використовуються медіа-організаціями під час кризових ситуацій. Дослідження спрямоване на розкриття ключових чинників, що впливають на якість інформаційної взаємодії під час криз, а також на розробку рекомендацій для оптимізації стратегій комунікацій з метою підвищення ефективності взаємодії між медіа та громадськістю в періоди надзвичайних ситуацій.

Це дослідження спрямоване на покращення розуміння ефективної комунікації в медіа під час кризових ситуацій, що може сприяти підвищенню стійкості та довіри в інформаційному просторі.

**Виклад основного матеріалу.** Поняття кризової комунікації описує обмін інформацією між організаціями, владними структурами, медіа та іншими зацікавленими сторонами під час кризи, а також розповсюдження повідомлень для громадськості через медіа щодо кризової ситуації до, під час і після неї.

Кризою можна вважати різноманітні стихійні лиха, пандемії, політичні, економічні або екологічні катаклізми, військові конфлікти, які мають спільну властивість – здатність викликати непередбачувані та значні зміни в суспільстві. Криза представляє собою надзвичайну подію, яка порушує встановлену систему комунікації в суспільстві. У контексті кризи необхідне керування процесом комунікації, спрямоване на розповсюдження позицій та активних дій суб'єктів соціальної роботи, запобігання поширенню чуток та дезінформації, а також нейтралізацію або мінімізацію наслідків кризи. До ключових характеристик кризової комунікації можна віднести гнучкість та адаптивність способів взаємодії між суб'єктами (в залежності від типу кризи та ступеня її загострення), підсилення неформальних засобів отримання та передачі інформації (через соціальні мережі, месенджери тощо), а також зниження централізму в комунікаційному процесі та своєчасне ситуаційне реагування на виникаючі проблеми.

Ефективність комунікації в медіа під час кризи є важливим інструментом для забезпечення ста-

більності та управління важливими інформаційними потоками в періоди несприятливих подій. У контексті кризової ситуації, такої як природні катастрофи, епідемії, фінансові колапси або інші негативні події, медіа відіграють ключову роль у формуванні загальної картини, впливають на громадську думку та визначають реакцію суспільства.

Ефективність комунікації в медіа включає в себе не тільки швидку та точну передачу інформації, але й здатність взаємодіяти з аудиторією, будуючи довіру та забезпечуючи прозорість. У кризових ситуаціях важливо оперативно реагувати на події, надавати точну і достовірну інформацію, а також ефективно керувати ризиками виникнення паніки чи неправомірних тлумачень.

Поняття ефективності комунікації в медіа під час кризи також включає в себе розвиток стратегій для управління репутацією, взаємодії зі зацікавленими сторонами та формування позитивного сприйняття дій та рішень в умовах обмеженого часу та великого тиску. Крім того, важливо враховувати різноманітні канали комунікації, такі як соціальні мережі, традиційні медіа, онлайн-платформи та інші, для максимального охоплення аудиторії та впливу на її сприйняття подій.

Ефективність комунікації в медіа під час кризи є ключовим аспектом для управління ситуацією та збереження репутації. Важливо розуміти, що кризова ситуація завдає великого впливу на сприйняття громадськістю та може мати серйозні наслідки для організації чи країни.

Нижче подано виклад основного матеріалу щодо ефективності комунікації в медіа під час кризи:

– Швидкість та достовірність інформації. Ключовим елементом є оперативність у поширенні інформації. Медіа повинні оперативно реагувати на кризові ситуації та постачати достовірну інформацію, щоб уникнути поширення неправдивих чи спекулятивних даних.

Оперативність та достовірність є ключовими принципами для медіа, особливо у сучасному інформаційному середовищі. Кризові ситуації вимагають швидкої реакції, інакше можуть поширитися неправдиві чи спекулятивні дані, що може призвести до паніки або неправильних рішень.

Оперативність передбачає не лише швидку подачу інформації, а й її аналіз та перевірку. Медіа повинні взяти на себе відповідальність за перевірку джерел та фактів, перш ніж поширювати інформацію. Важливо використовувати надійні джерела та забезпечувати об'єктивність у висвітленні подій.

Також, важливо мати систему корекції помилок та виправлень, щоб в разі невірної інформації вона могла бути оперативно виправлена. Це сприяє підтримці довіри глядачів і читачів.

У цілому, ефективна робота медіа під час кризових ситуацій вимагає збалансованості між оперативністю та достовірністю, з метою надання точної та об'єктивної інформації громадськості.

– Гнучкість. Медіа повинні бути гнучкими та адаптивними до змін у кризових умовах. Способи комунікації повинні відповідати насущним вимогам та змінюватися відповідно до ситуації. Гнучкість та адаптивність дозволяють медіа не лише ефективно реагувати на кризові ситуації, але й підтримувати довіру глядачів чи читачів у непередбачуваних умовах.

– Використання різних медіа платформ. Ефективна комунікація вимагає використання різних медіа-платформ, таких як телебачення, радіо, соціальні мережі та онлайн-видання. Це дозволяє досягти різноманітності аудиторії та максимальної охопленості. Використання різних медіа-платформ дійсно є важливим аспектом ефективної комунікації, особливо в кризових ситуаціях. Розмаїття медіа дозволяє максимально охопити різноманітну аудиторію та забезпечити широкий імпаکت. Різні люди віддають перевагу різним медіа-форматам. Деякі більше слідкують за новинами через телебачення, інші – через соціальні мережі чи онлайн-видання. Використання різних платформ дозволяє ефективно взаємодіяти з різними сегментами аудиторії.

За допомогою різних медіа-каналів можна досягти максимального охоплення цільової аудиторії. Це особливо важливо в кризових ситуаціях, коли потрібно швидко та ефективно поширювати інформацію.

Інтеграція різних медіа-платформ у комунікаційні стратегії допомагає забезпечити різноманітність, охоплення та ефективність взаємодії з аудиторією в умовах кризи.

– Створення позитивного нарративу. Важливо створювати позитивний нарратив, навіть в умовах кризи. Медіа повинні акцентувати увагу на рішеннях, допомозі та спільних діях, що може покращити сприйняття ситуації. Медіа мають велику відповідальність у формуванні суспільної думки, і створення позитивного нарративу може мати значний вплив на взаємини громадян, їхню діяльність та відношення до кризової ситуації.

Лідерство та спрямованість на дії. Керівництво грає ключову роль у комунікації під час кризи. Чітке лідерство та акцент на діях допомагають відновлювати довіру громадськості та керувати

ефективністю заходів. Чітке лідерство та акцент на діях створюють умови для відновлення довіри громадськості, забезпечуючи ефективність та координацію взаємодії у кризових умовах.

– Взаємодія з громадськістю. Спілкування з громадськістю повинно бути взаємо дійним та враховувати їхні обурення та очікування. Реакція на питання та відгуки громадськості грає важливу роль у формуванні позитивного сприйняття. Активна взаємодія з громадськістю та врахування їхніх поглядів та відчуттів є ключовим елементом успішної комунікації в умовах кризи.

– Кризове управління репутацією. Збереження та відновлення репутації – важлива частина комунікації під час кризи. Медіа повинні активно впливати на образ організації чи держави, зокрема за допомогою ефективних PR-кампаній. Збереження та відновлення репутації вимагає цілеспрямованих зусиль та виваженої стратегії PR. Інтегрований підхід до комунікації дозволяє суттєво вплинути на сприйняття громадськості та зберегти або відновити довіру.

Дійсно, збереження та відновлення репутації є критично важливим завданням під час кризи, і ефективна комунікація в цьому процесі відіграє ключову роль. Давайте розглянемо більше деталей щодо кроків та аспектів, які можна включити в цю стратегію:

Ретельне вивчення причин кризи, ідентифікація ключових зацікавлених сторін, врахування можливих наслідків та визначення основних питань, які потрібно адресувати.

Визначення цілей, створення ключових повідомлень, розподіл відповідальності та часовий графік для впровадження стратегії.

Розуміння того, кому призначені повідомлення, і як краще доповісти їм потрібну інформацію. Використання різних каналів, включаючи традиційні медіа, соціальні мережі, прес-конференції, внутрішню комунікацію тощо.

Залучення внутрішніх команд, клієнтів, партнерів та інших стейкхолдерів для спільної роботи над збереженням та відновленням репутації.

Активний моніторинг відгуків у медіа та соціальних мережах для швидкого реагування на зміни в сприйнятті.

Постійне вдосконалення стратегії на основі отриманих результатів та відгуків.

Загальний підхід до комунікації повинен бути прозорим, консистентним та спрямованим на побудову довіри. Ключовою метою є відновлення позитивного образу організації в очах громадськості та збереження довіри стейкхолдерів.



Для ефективної комунікації в умовах кризи медіа вдаються до різноманітних стратегій, що охоплюють широкий спектр дій та методів. Ці стратегії направлені на максимізацію впливу та забезпечення належної передачі інформації громадськості. Серед них можна виділити такі аспекти, як організація прес-конференцій та інтерв'ю для систематизації інформації, використання соціальних мереж для швидкого та масштабного розповсюдження повідомлень, а також співпрацю з різними медіа-платформами для забезпечення різноманітності аудиторії та покриття різних сегментів громадськості. Важливим аспектом також є використання експертів та авторитетних джерел для підвищення довіри громадськості, а також розробка спеціалізованих кампаній на онлайн-платформах для акценту на ключових аспектах та створення позитивного наративу. Таке різноманіття стратегій підкреслює значення комплексного та гнучкого підходу до комунікації в умовах кризи для досягнення оптимальних результатів.

Узагальнюючи вище перераховане, ефективна комунікація в медіа під час кризи вимагає комплексного підходу, акцентуючи на оперативності, гнучкості, взаємодії та управлінні репутацією для успішного подолання викликів.

**Висновки.** Ефективність комунікації в медіа під час кризи вказує на ряд ключових аспектів, які важливо враховувати для успішного управління та подолання кризових ситуацій. Невизначеність

визначає кризову ситуацію та вимагає від лідерів та медіа оперативних та адаптивних дій. Відсутність чіткості у вирішенні проблем може поглибити кризу, тому важливо швидко та ефективно реагувати.

Під час кризи ефективна комунікація в медіа вимагає від керівництва виразного лідерства та акценту на конкретних заходах. Орієнтація на вирішення проблем та взаємодія з громадськістю відіграють визначальну роль у подоланні кризових ситуацій. Успішність комунікації залежить від оперативності та достовірності розповсюдження інформації. Медіа повинні надавати актуальні та правдиві дані, уникаючи поширення недостовірних чи спекулятивних інформаційних відомостей. Використання різноманітних медіа-платформ відіграє важливу роль у досягненні широкої аудиторії. Застосування телебачення, радіо, соціальних мереж та онлайн-видань дозволяє максимізувати вплив та забезпечити різноманітність слухачів.

Комунікація в медіа під час кризи вимагає великої уваги, підготовки та стратегічного підходу. Важливо залишатися гнучким та адаптивним, забезпечуючи високий рівень довіри і підтримки з боку громадськості.

Загальним висновком є те, що успішна комунікація в медіа під час кризи вимагає комплексного та добре спланованого підходу, який враховує невизначеність ситуації та активно взаємодіє з різними сторонами, спрямований на відновлення довіри та успішне керування репутацією.

### Список літератури:

1. Варганова О. Державне регулювання медіа-простору: світовий досвід для України (на прикладі аудіо-візуальних засобів масової комунікації). <http://www.niss.gov.ua/Monitor/March/07.htm>
2. Вісім правил кризових комунікацій – поради для місцевого самоврядування. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/12353> (дата звернення: 02.02.2024).
3. Доктрина стратегічних комунікацій. URL: <https://ngu.gov.ua/wp-content/uploads/2022/12/vkp-11-0101.01-doktryna-strategichnyh-komunikaczij-ngu.pdf> (дата звернення: 02.02.2024).
4. Зрада/перемога – антикризові комунікації. *Practicum*: веб-сайт. URL: [http://practicum.space/antykryzovi\\_komunikatsiyi](http://practicum.space/antykryzovi_komunikatsiyi) (дата звернення: 02.02.2024).
5. Кризові комунікації в часи пандемії: ресурси, інструменти та інсайти. *Громадський простір* : веб-сайт. URL: <https://www.prostir.ua/?kb=kryzovikomunikatsiji-v-chasy-pandemiji-resursy-instrumenty-ta-insajty> (дата звернення: 30.01.2024).
6. Мудрак Л. Комунікація і криза. Як громадам протистояти викликам і успішно діяти в період кризи. Київ : 2020.
7. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади. *Інститут масової інформації* : веб-сайт. URL: <https://imi.org.ua/advice/praktichniy-posibnik-dlya-pratsivnikov-komunikatsiynih-struktur-v-organah-vladi-chastina-2-i2363> (дата звернення: 30.01.2024).
8. Ставченко С. Кризова комунікація і ризик-комунікація у політичному процесі: спільне та особливе. *Evropský politický a právní diskurz*. 2017. Sv. 4, Vyd. 4. С. 129–135. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evrpol\\_2017\\_4\\_4\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evrpol_2017_4_4_20) (дата звернення 30.01.2024).
9. Як організувати ефективні кризові комунікації? URL: [http://practicum.space/crisis\\_communications](http://practicum.space/crisis_communications) (дата звернення: 02.02.2023).

**Litvinchuk I. S. THE EFFECTIVENESS OF COMMUNICATION  
IN THE MEDIA DURING A CRISIS**

*The study of the role of the mass media in the dissemination of relevant and reliable information during a crisis includes a detailed analysis of the influence of mass media on the formation of public opinion and the determination of the characteristics of the effectiveness of this process.*

*One of the key aspects is determining how effective the media is in disseminating relevant information that meets the needs and expectations of the public. Studying the reaction of the audience to the presented information allows you to determine how well it meets the requirements of public safety and other factors.*

*It is also important to analyze the reliability of information disseminated by the mass media during a crisis. Identifying and evaluating the sources used by the mass media, as well as their degree of trust, allows us to determine the extent to which the information meets the standards of journalism and can influence society's perception of the situation.*

*An important aspect of the research is also the study of the role of mass media in shaping the image of a crisis situation. If the mass media emphasize certain aspects or use emotionally colored vocabulary, this can affect the perception of the public and the formation of its positions.*

*All these elements of the analysis identify important aspects of the media's role in disseminating information during a crisis and determine the effectiveness of this process in the context of ensuring public education, trust and influencing decision-making.*

*The study of the role of mass media in the dissemination of relevant and reliable information during a crisis determines such important aspects as the effectiveness of information dissemination, public reaction and the level of trust in the sources used. This analysis also includes the analysis of media interaction with the audience and the process of forming an image of a crisis situation.*

*When considering the effectiveness of the communication process, it is important to consider how skillfully the mass media interact with their audience, adapting information to their needs and expectations. A detailed analysis of society's reaction to the presented information will allow to determine the degree of media influence on the formation of public opinion and attitude to events during the crisis period.*

*In particular, the study includes an analysis of how reliable and objective the mass media use information sources in times of crisis. Credibility assessment will help determine how likely the public will perceive the information and how this will affect their response.*

*All these aspects of the analysis together will contribute to a deeper understanding of the impact of mass media on society during crisis situations and the determination of optimal communication strategies in conditions of excitement and uncertainty.*

**Key words:** *communication, crisis, mass media, crisis communication, effective communication.*

УДК 32.019.5:81'373.49'42(470:477)  
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/26>

**Субота І. В.**

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

## СТРАТЕГІЇ МАСКУВАННЯ АНТИУКРАЇНСЬКОЇ РИТОРИКИ У РОСІЙСЬКОМУ ПРОПАГАНДИСТСЬКОМУ ДИСКУРСІ

*Російський пропагандистський дискурс щодо України має два способи поширення антиукраїнської риторики – відкритий (неприхований) та прихований (замаскований). Перший спосіб включає відкриті заяви щодо намірів знищення українського народу та України, другий – містить стратегії маскування, що базуються на підміні понять, використанні фальшивого контексту, штучному розподілу українців на групи. Якщо перший спосіб поширення антиукраїнської риторики є легшим та очевидним для виявлення, то другий спосіб потребує глибшого аналізу для декодування справжніх намірів РФ, які лежать в основі її пропагандистського дискурсу щодо України. Таким чином російська пропаганда формує гібридну модель поширення антиукраїнської риторики.*

*У цій статті, зокрема, розглянуто стратегії маскування антиукраїнської риторики у російському пропагандистському дискурсі та складнощі їхнього декодування.*

*У статті виокремлено чотири стратегії маскування: 1) використання новомови; 2) підміна номінацій на позначення об'єкта, на якого спрямована пропагандистська риторика; 3) штучне розділення українського суспільства на групи; 4) спотворення контексту використання терміну «геноцид» та його нормалізація в російському пропагандистському дискурсі. Застосування цих стратегій російською пропагандою ускладнює виявлення в ній антиукраїнської риторики.*

*Виокремлення та знання цих стратегій як частини російської пропагандистської риторики щодо України дасть змогу розширити способи декодування пропаганди РФ, зокрема у контексті дискусій, що відбуваються навколо класифікації російської антиукраїнської риторики як геноцидної. Наявні дослідження та публікації розглядають складнощі у визначенні поняття геноциду, аналізують окремі аспекти російської риторики щодо України на відповідність геноцидним ознакам, проте не показують складові та стратегії пропаганди РФ, які ускладнюють аналіз та класифікацію російської пропагандистської риторики.*

**Ключові слова:** російська пропаганда, антиукраїнська риторика, новомова, евфемізми, геноцид, медіадискурс, соціальні комунікації.

**Постановка проблеми.** Наразі питання класифікації російського пропагандистського дискурсу щодо України як геноцидної риторики та її криміналізації викликає дискусії. Однією з причин складності виявлення антиукраїнської риторики є використання російською пропагандою стратегій маскування (як-от підміна значень слів та контекстів), які надають РФ можливість маніпулювати самим терміном «геноцид».

Геноцид, відповідно до концепції основоположника терміну Р. Лемкіна [6], використовують на позначення «скоординованого плану різних дій, спрямованих на знищення головних основ життя національних груп, з метою знищення самих груп» [4, с. 10]. Тобто в основу терміну покладено, крім фізичних вбивств, «дезінтеграція політичних і соціальних інститутів культури, мови, національних почуттів, релігії та економічного існування національних груп, а також зни-

щення особистої безпеки, свободи, здоров'я, гідності та навіть життя осіб, що належать до таких груп» [4, с. 10].

Унаслідок маніпуляцій терміном «геноцид» РФ виправдала визнання так званих псевдореспублік «ДНР» та «ЛНР» на територіях Донецької та Луганської областей, а в 2022 році розпочала повномасштабне вторгнення в Україну як акт запобігання геноциду.

Проте РФ використовує офіційний пропагандистський дискурс для приховування власних незаконних дій в Україні. Зокрема, у Конвенції ООН про запобігання злочину геноциду та покарання за нього [12] йдеться про кілька аспектів скоєння геноциду щодо певних груп та їхніх членів: вбивство; заподіяння тілесних та психічних ушкоджень; створення умов та заходів, що призводять до повного або часткового фізичного винищення; запобігання народжуваності в групі; «примусове

переведення дітей з групи в іншу групу» [12]. У березні 2023 року через незаконну депортацію дітей із окупованих територій України до Росії Міжнародний кримінальний суд у Гаазі видав ордер на арешт президента РФ В. Путіна та російської уповноваженої з прав дитини М. Львової-Белової [8].

Крім того, у відповідь на дії РФ Україна у лютому 2022 року подала позов до Міжнародного суду ООН в Гаазі щодо неправомірного використання терміну «геноцид» у російському пропагандистському дискурсі [13].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні аспекти понять «новомова», «евфемізми», стратегії «переназивання» та вибору слова у політичному дискурсі досліджували Л. Масенко [16], М. Гловінський [14], В. Кулик [15], О. Матковська [17], М. Строїнська [11], С. Карам [5].

Дослідження різних аспектів російської пропаганди широко представлені в науковій площині. Особливої актуальності після 2022 року отримали теми щодо пошуку ознак геноцидної риторики в пропаганді РФ щодо України.

Зокрема, відповідність російської пропагандистської риторики до геноцидних ознак та способи їхнього маскування розглядали М. Рябчук [7], О. Дудко [1], Е. Фортун [2].

Так, М. Рябчук розглядає новомову як спосіб приховування справжніх намірів РФ до знищення українського народу та України.

О. Дудко [1] та Е. Фортун [2] досліджували використання терміну «геноцид» російською пропагандою як прикладу підміни понять та нормалізації його використання у російському пропагандистському дискурсі.

Наявні дослідження та публікації пропонують огляд окремих стратегій пропаганди РФ на відповідність до геноцидної риторики. Проте помічено розбіжності у визначенні поняття геноциду та залишаються малодослідженими стратегії, які ускладнюють аналіз та класифікацію російської пропагандистської риторики щодо України.

**Постановка завдання.** У статті на основі аналізу наявних теоретичних праць, досліджень та спостережень за російською антиукраїнською риторикою у пропагандистському дискурсі РФ розглянуто стратегії маскування антиукраїнської риторики, які створюють складнощі для їхньої ідентифікації.

Зважаючи на дискусійність класифікації російської риторики щодо України та неоднозначність у її визначенні як геноцидної, у цій статті послугуємося терміном *антиукраїнська риторика*.

У поняття *антиукраїнська риторика* вкладено риторичу, що формує негативне ставлення до укра-

їнського народу та України загалом; закликає до знищення українців та української держави; виправдовує воєнні злочини РФ в Україні через використання інформаційно-комунікативних інструментів.

**Мета статті** – визначити стратегії маскування антиукраїнської риторики у російському пропагандистському дискурсі та способи їхнього декодування.

**Виклад основного матеріалу.** У російському пропагандистському дискурсі можна виділити два способи поширення антиукраїнської риторики: *відкритий (неприхований)* та *прихований (замаскований)*.

**Відкритий (неприхований) спосіб** пропаганда РФ реалізує за допомогою використання прямих закликів до знищення українського народу й України та через формування їхнього негативного сприйняття.

Прикладами відкритої антиукраїнської риторики можуть слугувати заяви колишнього директора російської служби телеканалу Russia Today А. Красовського та стаття російського політтехнолога Т. Сергєйцева. В обох випадках було відзначено прямі заяви до знищення українського народу та державності. Зокрема, А. Красовський у своїх ефірах висловлював заяви про необхідність вбивства українських дітей та спалення Конституції України на Майдані разом з українцями.

У статті Т. Сергєйцева, опублікованій на сайті державного інформаційного агентства «РИА Новости», також відкрито йдеться про знищення української державності та способи «перевиховання» українського суспільства.

В інших випадках відзначено маскування антиукраїнської риторики з допомогою певних інструментів та стратегій. Цей спосіб створює складнощі для класифікації у російській пропаганді геноцидної риторики та виявлення мови ворожечі, оскільки вимагає декодування та додаткової контекстуалізації.

**Прихований (замаскований) спосіб** пропаганда РФ реалізує за допомогою стратегій маскування антиукраїнської риторики. У цій статті виділено чотири стратегії для маскування: 1) використання новомови; 2) підміна номінацій на позначення об'єкта, на якого спрямована пропагандистська риторика; 3) штучне розділення українського суспільства на групи; 4) спотворення контексту використання терміну «геноцид» та його нормалізація в російському пропагандистському дискурсі.

#### **1) Використання новомови.**

Одними із елементів медіадискурсу є називання, або вибір слова [15, с. 68], та переназивання

[15, с. 70]. В. Кулик зазначає, що «вибір певного слова актуалізує відповідний спосіб його означування й таким чином переносить на означуваний предмет або явище, притаманне цьому способові (дискурсові) сприйняття» [15, с. 68]. Процес переназивання втілюють з допомогою використання неологізмів, евфемізмів, дисфемізмів та метафор.

Стратегії вибору слова та переназивання у пропагандистському дискурсі формують новомову.

Термін новомова походить з роману Дж. Орвелла «1984» [18]. Орвелівська концепція новомови передбачає уникнення лексем, що є небезпечними для режиму або несуть небезпечне значення [17, с. 185]. Таким чином перші лексеми замінюють м'якшими або спрощеними формулюваннями, а другі – поняттями, що мають протилежне значення. Для досягнення цих цілей у пропагандистському дискурсі широко використовують евфемізми.

Евфемізми слугують «масками для приховування правди» [5, с. 5] з метою раціоналізації та виправдання неправомірних дій з допомогою «спотворення фактів різних політичних ситуацій, використовуючи терміни, які повністю трансформують або фальсифікують» [5, с. 5].

М. Гловінський виокремлює як одну з рис новомови «магічність» [14, с. 90], відповідно до цієї риси «слова не так відносяться до дійсності, не так її описують, як її створюють» [14, с. 90]. Таким чином, «магічність – це спосіб мовлення про бажаний стан, але так, немовби він дійсний» [14, с. 90].

Наведені вище риси новомови також можна прослідкувати в російському пропагандистському дискурсі щодо України.

Зокрема, в антиукраїнській риторичі РФ новомову втілено у кількох тактиках: 1) пом'якшення формулювань; 2) підміна понять, побудована на антонімічності «лексеми-визначення»; 3) підміна контексту використання лексем; 4) використання штучно сконструйованих термінів.

Здебільшого тактика пом'якшення формулювань у російському пропагандистському дискурсі відзначена щодо приховування невдач на полі бою та негативних наслідків війни РФ проти України для держави-агресора на внутрішню аудиторію (наприклад, «жест доброй воли» на позначення відступу російських військ, «хлопок» на позначення вибуху тощо). У контексті антиукраїнської риторичі прикладом слугує заміна поняття «війна» у російському пропагандистському дискурсі на «спеціальну воєнну операцію» з метою пом'якшення конотації, приховування справжніх намірів РФ та виправдання війни.

Прикладами побудови риторичі щодо України у російському пропагандистському дискурсі з використанням підміни понять, побудованої на антонімічності «лексеми-визначення» слугують «визволені території» (на позначення окупованих територій), «референдум» (на позначення незаконного приєднання українських територій до РФ), «фейк» (на позначення правдивої, але небезпечної для РФ інформації) тощо.

Підміна контексту вживання лексем відзначено у використанні терміну «геноцид» у російському пропагандистському дискурсі.

Одним із прикладів використання штучно сконструйованих термінів у російському пропагандистському дискурсі є «дебандеризація». Таке конструювання також є однією з рис новомови, що передбачає спрощення способів словотвору [17, с. 185]. Здебільшого у російському пропагандистському дискурсі префікс *de* – став універсальним у творенні дієслів та похідних від них назв процесів в пропаганді РФ щодо України (*денацифікація, демілітаризація, дебандеризація, десекретаризація, деукраїнізація, деєвропеїзація* тощо).

**2) Підміна номінацій на позначення об'єкта, на якого спрямована пропагандистська риторика; та 3) Штучне розділення українського суспільства на групи.**

Попри наведені приклади прямих закликів до знищення українського народу та державності як неприхованого способу поширення антиукраїнської риторичі більшість заяв щодо винищення українського суспільства у дискурсі російської пропаганди направлені на «нацистів», «бандерівців», «фашистів», «Незалежну» (на позначення України), які були штучно насажені у російському пропагандистському дискурсі протягом довгого часу. Таким чином пропаганда РФ уникає вживання у риторичі лексем *українці* та *Україна* штучно насадженими номінаціями.

Проте вище наведені лексеми на позначення українців не є новими. Так мовознавиця Л. Масенко наводить серед прикладів номінацій на позначення ворогів у сталінську добу лексему «бандерівці», яка з'явилася у післявоєнний час та була «призначена для дискримінації українських патріотів» [16, с. 88]. Крім того, у перші повоєнні роки існувала паралельно й інша лексема на позначення українських повстанців – «українсько-німецькі націоналісти» [16, с. 90].

Розділення українців на групи за певною ознакою є характерним і для сучасної російської пропаганди, як-от: *жителі Західної та Східної України, українськомовні-російськомовні*. Проте

ця стратегія використовується з метою внутрішньої поляризації українського суспільства. У контексті антиукраїнської риторики маємо на увазі штучне виокремлення групи, а саме у російському пропагандистському дискурсі є чітке розділення на українців «хороших» (тобто ті, що нібито хочуть бути з РФ) та «поганих» (тих, що відповідно до російського нарративу захопили владу в Україні, підтримують цю владу та євроатлантичний курс і відповідно заважають воз'єднанню РФ та України). Номінації «нацисти», «бандерівці» та інші пропагандистський дискурс РФ насаджує саме на другу групу – «поганих» українців. Таке розподілення формує посил, що РФ нібито знищує лише «нацистів», проте самих українців, що входять до групи «хороших» не чіпає. Це є також прикладом «дихотомічного поділу світу» [16, с. 19], що є однією з рис новомови [16, с. 19].

Більше того, російський пропагандистський дискурс маніпулятивно використовує похідну лексему від «нацисти» «денацифікація» на позначення цілі скоєння незаконних дій на території України та проти її населення. У такий спосіб підмінюючи поняття на позначення неправомірних дій РФ в Україні.

З іншого боку, розділення українського суспільства на групи та існування номінацій на позначення цих груп можна розглядати як навмисна класифікація для подальшої дегуманізації, що є одними із елементів скоєння геноциду. Процес класифікації, за визначенням Г. Стентона, відбувається на основі категорій, за якими можна розділити людей на «нас і вони», наприклад: за етнічним походженням, расою, релігією, національністю тощо [10, с. 1]. Л. Масенко наводить приклади такої класифікації у 20 столітті, де «нацизм спирався на расову теорію вищості арійців і неповноцінності інших народів, а більшовизм сортував людей за класовою ознакою» [16, с. 5].

Процес дегуманізації як одну зі складових геноциду розглядали Р. Сміт [9], М. Гіберт [3], Г. Стентон [10]. Г. Стенон зазначає, що на етапі дегуманізації, зокрема, в медіаресурсах використовують пропаганду ненависті з метою, щоб «жертви виглядали лиходіями» [10, с. 1]. Таким чином російський пропагандистський дискурс поміщає штучно насажені номінації на позначення українців у негативні контексти, зокрема через використання фейків та маніпуляцій, для формування негативного образу цих лексем.

**4) Спотворення контексту використання терміну «геноцид» та його нормалізація в російському пропагандистському дискурсі.**

Нормалізація у російському пропагандистському дискурсі терміну «геноцид» відбувалася задовго до повномасштабного вторгнення, що призводить до його викривленого сприйняття. Виправдання вторгнення РФ в Грузію 2008 року, анексія Криму та окупація Донецької та Луганської областей 2014 року, повномасштабне вторгнення РФ в Україну 2022 року у російському пропагандистському дискурсі зображено як акти запобігання геноциду.

У російській антиукраїнській риториці використання терміну «геноцид» відзначено у штучно сконструйованому контексті начебто скоєння геноциду з українського боку проти російськомовного населення на території України. Зокрема, 24 лютого 2022 року у своєму зверненні президент РФ назвав ціллю «спеціальної воєнної операції» саме «захист людей, які протягом восьми років зазнавали знущань, геноциду з боку київського режиму».

Е. Фортун розглядає розвиток терміну «геноцид» в російському пропагандистському дискурсі у контексті фрейму «нацист-геноцид-русофобія» та виділяє п'ять етапів його формування: 1) зародковий етап у пострадянській Росії та у Донецькій області в Україні (втілювався у використанні термінів «етноцид» та «культурний геноцид» щодо української урядової політики очолюваної Л. Кучмою); 2) поява фрейму «нацист-геноцид» в Україні (2003–2014); 3) «уроки, винесені Росією з кольорових революцій» [2, с. 323] (2003–2014); 4) розвиток і використання Росією всієї рамки «нацист-геноцид-русофобія» в українському контексті (2014–2022); 5) «завершальний етап: війна проти України (2022) та заохочення російської армії до звірств проти мирного населення України» [2, с. 323].

Таким чином концепцію геноциду російський пропагандистський дискурс використовує з метою «підживлення знищення цивільного населення» України [1, с. 134].

**Висновки і пропозиції.** Російська пропаганда використовує гібридну модель поширення антиукраїнської риторики, що включає як прямі заклики до знищення українського народу та державності, так і стратегії маскуванню антиукраїнської риторики.

Зокрема, російський пропагандистський дискурс має чотири стратегії маскуванню антиукраїнської риторики: 1) використання новомови; 2) підміна номінацій на позначення об'єкта, на якого спрямована пропагандистська риторика; 3) штучне розділення українського суспільства на групи; 4) спотворення контексту використання

терміну «геноцид» та його нормалізація в російському пропагандистському дискурсі.

Описані стратегії маскувння антиукраїнської риторики у російському пропагандистському дискурсі можуть бути використанні у подальших дослідженнях декодування російської пропаганди щодо України для подальшої класифікації їх відповідно до ознак геноцидної риторики.

Декодувати антиукраїнську риторичу, що поширюють з допомогою стратегій маскувння, можна кількома способами. По-перше, врахувати історичне походження лексем на позначення

українців (як у прикладі з «бандерівцями»), оскільки більшість номінацій, що сучасний російський пропагандистський дискурс використовує щодо України та українців не є новими. Використання таких лексем уже відзначено у радянській пропаганді. По-друге, кодифікувати контексти вживання лексем на позначення українців у сучасній російській пропаганді. Виявленні контексти допоможуть розтлумачити значення, які пропагандистський дискурс РФ вкладає у штучно насажені номінації та топоніми щодо українців та України.

#### Список літератури:

1. Dudko O. A conceptual limbo of genocide: Russian rhetoric, mass atrocities in Ukraine, and the current definition's limits. *Canadian slavonic papers*. 2022. P. 133–145.
2. Fortuin E. Ukraine commits genocide on Russians: the term “genocide” in Russian propaganda. *Russian linguistics*. 2022. P. 313–347.
3. Hiebert M. S. Theorizing destruction: reflections on the state of comparative genocide theory. *Genocide studies and prevention*. 2008. Vol. 3, no. 3. P. 309–339.
4. Jones A. *Genocide: a comprehensive introduction*. Routledge, 2006. 430 p.
5. Karam S. Truths and euphemisms: how euphemisms are used in the political arena. *3L: the southeast asian journal of english language studies*. 2011. P. 5–17.
6. Lemkin R. *Axis rule in occupied Europe: laws of occupation, analysis of government, proposals for redress*. Washington : Carnegie Endowment for International Peace, Division of International Law, 1944. 674 p.
7. Riabchuk M. Calling a spade a spade: how to unwrap a genocidal essence from the kremlin anti-ukrainian rhetoric. *Eidos. A journal for philosophy of culture*. 2023. Vol. 6, no. 4. P. 8–20.
8. Situation in Ukraine: ICC judges issue arrest warrants against Vladimir Vladimirovich Putin and Maria Alekseyevna Lvova-Belova. URL: <https://www.icc-cpi.int/news/situation-ukraine-icc-judges-issue-arrest-warrants-against-vladimir-vladimirovich-putin-and> (date of access: 29.02.2024).
9. Smith R. Human destructiveness and politics: the twentieth century as an age of genocide. *Genocide and the modern age : etiology and case studies of mass death*. 1987. P. 21–39.
10. Stanton G. The ten stages of genocide. *Genocide Watch*, 2013.
11. Strońska M. Forbidden reality: the language and function of propaganda. *Secret spaces, forbidden places: rethinking culture*. 2000. P. 121–132.
12. Convention on the Prevention and Punishment of the Crime of Genocide : of 09.12.1948. URL: [https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/atrocities-crimes/Doc.1\\_Convention%20on%20the%20Prevention%20and%20Punishment%20of%20the%20Crime%20of%20Genocide.pdf](https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/atrocities-crimes/Doc.1_Convention%20on%20the%20Prevention%20and%20Punishment%20of%20the%20Crime%20of%20Genocide.pdf) (date of access: 29.02.2024).
13. Ukraine institutes proceedings against the Russian Federation and requests the Court to indicate provisional measures. 2022. URL: <https://www.icj-cij.org/sites/default/files/case-related/182/182-20220227-PRE-01-00-EN.pdf> (date of access: 29.02.2024).
14. Гловінський М. Новомова. *12 польських есеїв*. Київ, 2001. С. 158–180.
15. Кулик В. Дискурс українських медій: ідентичність, ідеології, владні стосунки. Київ : Критика, 2010. 655 с.
16. Масенко Л. Мова радянського тоталітаризму. Київ : Кліо, 2017. 240 с.
17. Матковська О. Орвелівська ново мова та сучасний дискурс. *Наукові записки [Національного університету Острозька академія]*. 2012. С. 185–188.
18. Орвелл Дж. 1984 / пер. з англ. В. Шовкун. Київ : Вид-во Жупанського, 2015. 282 с.

**Subota I. V. STRATEGIES FOR MASKING ANTI-UKRAINIAN RHETORIC  
IN RUSSIAN PROPAGANDA DISCOURSE**

*Russian propaganda discourse regarding Ukraine has two ways of spreading anti-Ukrainian rhetoric – open (undisguised) and covert (disguised). The first method includes open statements about the intentions to destroy the Ukrainian people and Ukraine, the second includes masking strategies based on the substitution of concepts, the use of a false context, and the artificial division of Ukrainians into groups. The first method of spreading anti-Ukrainian rhetoric is easier and more obvious to detect. The second method requires a deeper analysis to decode the true intentions of the Russian Federation, which are the basis of its propaganda discourse regarding Ukraine. In this way, Russian propaganda uses a hybrid model of spreading anti-Ukrainian rhetoric.*

*This article, in particular, examines the strategies of masking anti-Ukrainian rhetoric in Russian propaganda discourse and difficulties for their decoding.*

*The article singles out four masking strategies: 1) use of newspeak; 2) changing the nomination to designate the object to which propaganda rhetoric is directed; 3) division of Ukrainian society into groups; 4) distortion of the context of the term "genocide" and its normalization in the Russian propaganda discourse. The use of these strategies by Russian propaganda makes it difficult to detect anti-Ukrainian rhetoric and bring it to justice.*

*Identifying and knowing these strategies as part of Russian propaganda rhetoric regarding Ukraine will make it possible to expand the methods of decoding Russian propaganda, in particular in the context of discussions taking place around the classification of Russian anti-Ukrainian rhetoric as genocidal. The existing studies and publications consider the difficulties in defining the concept of genocide, and analyze certain aspects of Russian rhetoric regarding Ukraine for compliance with the signs of genocidal rhetoric, but do not consider the components and strategies of Russian propaganda, which complicate the analysis and classification of Russian propaganda rhetoric.*

**Key words:** *Russian propaganda, anti-Ukrainian rhetoric, newspeak, euphemisms, genocide, media discourse, social communications.*



## ДОКУМЕНТОЗНАВСТВО, АРХІВОЗНАВСТВО

УДК 007+004.738.5+02

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/27>

**Чернявська С. М.**

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

**Лухіна М. Ю.**

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

**Дяченко О. В.**

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

### ПРОФЕСІЙНА КУЛЬТУРА ДОКУМЕНТОЗНАВЦЯ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

*Стаття присвячена дослідженню місця, ролі, значення професійної культури документознавця при роботі у цифровому середовищі. Розмежовано поняття «культури документознавця у цифровому середовищі» та «культури організації документообігу». Систематизовано та охарактеризовано принципи, на основі яких відбувається розвиток цифрової культури. Зосереджено увагу на системному та ціннісному підході, принципі поетапного формування, засадах безперервності професійної освіти. Встановлено, що цифрова культура нерозривно пов'язана з цифровою етикою. Із урахуванням поточного стану розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та на основі аналізу вимог, які висуваються до спеціалістів у сфері документознавства виділено три рівні їх професійної культури у цифровому середовищі: базовий, функціональний та представницький.*

*Далі у статті акцентується увага на формуванні професійної культури документознавця в умовах цифрової трансформації. Автори досліджують необхідність зміни підходів до навчання та підвищення кваліфікації, враховуючи нові вимоги цифрової епохи. Розглядаються питання впровадження інновацій у методи роботи документознавців, а також розвитку їхньої інформаційної грамотності.*

*У висновках статті надається загальний погляд на майбутнє професії документознавця в умовах цифрової революції. Автори підкреслюють важливість поєднання традиційних знань із сучасними цифровими навичками для успішного функціонування у нових умовах. Вони закликають до постійного вдосконалення та адаптації, зокрема, через участь у навчальних програмах та співпрацю з іншими професіоналами у сфері інформаційних технологій. Стаття важлива для практикуючих документознавців, викладачів та студентів, які цікавляться питаннями цифрової трансформації у сфері документознавства та архівознавства. Вона сприяє глибокому розумінню викликів та можливостей, які принесла цифрова ера, і стимулює до пошуку нових шляхів розвитку у цій динамічній області.*

**Ключові слова:** цифрова етика, документознавство, синергетика, професійна культура, електронні сервіси.

**Постановка проблеми.** В умовах масштабного оцифрування всіх сфер суспільної діяльності однією з потреб сучасної людини в епоху Індустрії 4.0 є питання сформованості необхідного рівня цифрової культури у споживачів цифрового сервісу. Цифрова культура як звичайних користувачів віртуальним простором, так і осіб, що взаємодіють в мережі Інтернет в силу виконання професійних обов'язків суттєво актуалізувалося

в останні роки. Кількість питомої ваги часу, яку проводять в мережі в середньому Інтернет-користувачі працездатного віку, за даними Global Digital 2023, становить 6 год. 37 хв. на день [11]. Порівняно із даними 2022 року, показник знизився лише на 5%, проте пандемія коронавірусної хвороби COVID-19 суттєво позначилась на активності населення в онлайн середовищі та, безперечно, вплинула на цифрові звички у світі.

Вказане не могло не відобразитися на особливостях професійної культури документознавців, котрі забезпечують первинну і вторинну обробку документів, розробляють уніфіковані форми та системи документації, здійснюють інформаційно-аналітичну діяльність, PR-кампанії. Розвиток цифрового культури визнано істотним чинником культури в цілому, детермінує ступінь її відповідності цифровому суспільству та стратегії сталого розвитку.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Дані аргументи особливим чином актуалізують дослідження факторів, що впливають на професійну цифрову культуру в сучасному науковому дискурсі. Зокрема, принципи формування такого навичку аналізують у своїй науковій статті Шищенко І. В. та Харченко І. І. [10]. Особливості взаємодії у цифровому середовищі, значення етики та місце віртуальної комунікації у діловому середовищі частково розкрито у працях Довжук І. В. [3], Твердохліб Ю. І. і Попчук О. В. [9]. Матвієнко О. та Цивін М. приходять до висновку, що сучасними техніко-технологічними вимогами щодо компетентностей у галузі управління документацією у цифровому середовищі є знання трендів цифрових технологій, стандартів та нормативних документів, що регулюють життєвий цикл ІТ-систем і продуктів, вміння вибудовувати технологічну політику організацій [4].

**Постановка завдання.** Мета дослідження полягає у визначенні складових та чинників, що впливають на розвиток професійну культуру документознавця у цифровому середовищі.

**Виклад основного матеріалу.** Чітка організація документообігу, грамотна підготовка, своєчасне та якісне виконання прийнятих рішень – запорука високої ефективності роботи в організації будь-якої форми власності, що впливає на її корпоративну культуру, рівень довіри зі сторони клієнтів тощо. Діловодство, в даному випадку, – це не просто технічна робота з обліку, своєчасного доведення документів до керівництва та їх зберігання, а радше своєрідний процес виробництва, система організаційного, інформаційно-аналітичного, правового, ретроспективного та прогностичного забезпечення праці. Важко уявити керівництво будь-яким, навіть найменшим трудовим колективом, без отримання, зберігання та обробки інформації, без підготовки постанов, наказів і розпоряджень, без архіву та бібліотеки. Діловодство є своєрідною нервовою системою суб'єкта господарювання, адже воно інтегрує та перетворює на єдине органічне ціле процес розробки, оформлення відповідно до встановлених

стандартів, обліку, проходження документів та контроль за їх виконанням, зберігання й знищення у відповідні терміни паперів, а також пошуково-довідкові, інформаційно-аналітичні роботи та звітні процедури [3, с. 188].

Слід розрізняти поняття «культури документознавця у цифровому середовищі» та «культури організації документообігу». На перших погляд досить схожі концепти суттєво різняться в змістовній частині. Так, в останньому випадку мова йде про комплекс найбільш ефективних засобів, форм та методів виконання робіт, пов'язаних з обробкою та рухом готових документів, включаючи отримання тих, котрі надійшли ззовні системи, їх розподіл, реєстрацію та доставку виконавцям, переміщення всередині організації, захист від несанкціонованого доступу [9, с. 63]. Забезпечення належного рівня культури організації документообігу, насамперед, має проводитись за рахунок дотримання основних принципів роботи з документами, організації цілісної системи ДСТУ. В свою чергу, культура документознавця у цифровому середовищі – це багатовимірний процес, який акумулює в собі психологічні, когнітивні, емоційні характеристики спеціаліста при взаємодії із інформацією та суб'єктами (контрагентами) на онлайн просторах.

Виділимо деякі принципи розвитку цифрової культури документознавців. Так, в самій дефініції «цифрової культури» закладено принцип системного й ціннісного підходу, що необхідний для її розвитку. Як суб'єктивна характеристика, вона включає в себе комплекс знань, умінь, навичок по роботі з цифровою інформацією, базується на сучасному інформаційному світогляді й цифрових компетенціях фахівця з позицій їхньої цінності для практичної діяльності. До прикладу, спеціаліст, який виконує посадові обов'язки діловода в органі державної влади чи місцевого самоврядування має продемонструвати високий рівень володіння роботи із системами електронного документообігу (Megapolis.DocNet, FlyDoc, АСКОД, eDoc та ін.), навички грамотного і змістовного письма державною мовою, виконавську дисципліну. В свою чергу для референта-аналітика необхідним є досвід роботи із аналітичними базами, різноманітними електронним бібліотеками. Принципи системного й діяльнісного підходу відповідають ключовим принципам суспільства знань, що проголошене ЮНЕСКО, зокрема – принцип загального доступу до інформації: людині необхідно усвідомлювати свої потреби в інформації, вміти їх висловлювати, знати про різноманітність інформаційних ресурсів та вміти ними користуватися [6, с. 106; 2].

Вищевказане обумовлює необхідність виокремлення такого принципу як поетапне формування. У науковій літературі виділяються три етапи формування: ідентифікація, індивідуалізація, персоналізація в професійного інформаційного середовища [10, с. 141]. Так, на етапі ідентифікації у спеціаліста виникає мотивація до якісної роботи в цифровому середовищі на професійних засадах, прослідковується інтерес, опановується основний допоміжний інструментарій для вирішення професійних задач. Наступний рівень включає в себе формування індивідуального стилю поведінки у цифровому середовищі, що у більшості випадків супроводжується критичним ставленням до власної цифрової та загальної культури. Третій етап умовно можна поділити на дві підгрупи, де перша передбачає корекцію і самоаналіз поведінки в розрізі інформаційної діяльності, тоді як друга включає в себе орієнтовне планування відносно напрямків, методів, способів удосконалення цифрової культури.

Відповідно до принципу безперервності формування професійної культури у цифровому середовищі, доцільно зважати на цифрову грамотність та компетенції, отримані документознавцем раніше. Вказане забезпечує втілення ключової ідеї сучасного суспільства – освіту протягом усього життя. Саме тому, на різних підприємствах активно впроваджують курси підвищення кваліфікації, стажування, workshop, семінари, а разом з цим вітаються намагання документознавців займатися самоосвітою. Так, низка вітчизняних й іноземних освітніх платформ пропонує тематичні ролики, лекції по цифровій культурі. До прикладу, курс «Цифрові комунікації в глобальному просторі» від Prometheus вміщує в собі систематизовану інформацію як про базові навички технічного спрямування, інструменти роботи із хмарними технологіями, так і цифровий етикет й оптимізацію організаційних аспектів роботи. Комплементарним до нього вважаємо курс «Інформаційна гігієна», опублікований на цьому ж ресурсі. Корисними також будуть тренінги із освітніх платформ типу EdEra, Udemy, Genius Space; не менш інформативними є англомовні ресурси із дотичними темами, як от edX чи некомерційний проект TED. В комплексі це передбачає, що фахівець, який володіє навичками в галузі цифрової культури, може ефективно застосовувати інструменти, що пропонуються сучасними інформаційними технологіями, незалежно від наявності освіти у цій сфері.

Цифрова культура нерозривно пов'язана з цифровою етикою, що являє собою систему дотримання принципів спілкування з іншими користувачами,

надання інформації про себе, забезпечення інформаційної безпеки та знання законодавства країни у сфері інформаційно-комунікаційних технологій, управління даними. Широке використання розглянутої дефініції свідчить про стрімкий розвиток цифрових технологій. У науковій літературі із документознавства сформованість цифрової культури поряд із показниками цифрової компетентності та цифрової грамотності стають індикатором професійної підготовки сучасного спеціаліста.

Із урахуванням поточного стану розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та на основі аналізу вимог, що висувуються до спеціалістів у сфері документознавства можна виділити три рівні їх професійної культури у цифровому середовищі:

Базовий – розуміння закономірностей розвитку інформаційних (цифрових) технологій та цифрової культури як складової частини загальної культури; усвідомлення важливості раціонального формування інформаційних ресурсів, програм й технічної інфраструктури на основі принципів синергетики, законів природної гармонії (золотого перерізу, техноценозу тощо), з урахуванням розуміння всіх поточних і ймовірних ризиків прискореної цифровізації та масштабного застосування технологій штучного інтелекту.

Функціональний – культура формування баз даних, опанування принципів роботи із нейромережами, культура фіксації й використання даних, відображення інформації для вироблення і ухвалення управлінських рішень на основі зв'язку робочих процесів, котрі забезпечуються інформаційно-комунікаційними технологіями.

Представницький – культура застосування інформаційних та цифрових технологій, поведінка в соцмережах (включаючи етику, культуру діалогу, зміст меседжу). Загальна основа теорії цифрової культури може розглядатися як теорія систем, доповнена фундаментальними ідеями (синергетика, теорія інформації, теорія ігор, факторний аналіз, системологія) та прикладними науками (соціологія, психологія, інженерна психологія, системна інженерія, дослідження операцій тощо), а також положеннями поведінкової економіки, Інтернет-поведінки, іншими підходами та концепціями.

Професійна культура документознавця, що цікаво, не обмежується лише навичками взаємодії через офіційні канали комунікації. Мова йде і про ведення соціальних мереж, форму подачі інформації доступної для загалу та індивідуально (в чатах). Через динаміку і зростання обсягів інформаційних потоків, їх масштабної цифровізації

темпи виробітку норм і правил поведінки відбуваються значно повільніше, ніж у корпоративному середовищі. Ясність у цей процес може внести комплексне дослідження умов формування інформаційної (цифрової) культури. В наукових колах говорять про так звану соціокультурну інженерію. У цифровому світі її репрезентують як сукупність систем моніторингу, аналізу, вироблення стратегії та реалізації практичних методик розвитку цифрової культури шляхом м'якого «підштовхування» індивіда до дотримання етики спілкування, або жорсткого примусу. Теорія цього феномена перебуває у початковій стадії становлення. У той же час суспільство потребує її прискореного оформлення (включаючи якісний та кількісний аналіз).

У зв'язку із зазначеним, складовим компонентом професійної культури документознавців вважаємо мовно-фахову підготовку. Йдеться про опанування різних навчальних дисциплін, таких як «українська мова за професійним спрямуванням», «культура фахової мови» і «документна лінгвістика». Безпосередньо сам курс, обов'язковий для проходження, базується на програмі з української мови для нефілологічних спеціальностей [7; 8], та орієнтований на стильове розмаїття української мови, розпізнавання різних видів документів, формування правописної грамотності. Однак він певною мірою недосконалий зі сторони практичних аспектів. Зокрема, рівень загальної цифрової та мовленнєвої культури фахівців ідентифікується їхніми загальними і спеціальними лексикографічними знаннями. Слід встановити, наскільки спеціаліст оперує навичками користування лексикографічними формами різних типів і здатен вибірково вилучати найбільш важливу інформацію. Сміслово точність й однозначність висловлювань грають тут, безсумнівно, ключову роль (досягається за рахунок використання термінів, слів у прямому значенні, цитат, уточнень у вигляді зносок, посилань, цифрових даних). Важливо усвідомлювати потребу у зверненні до словника для вирішення професійних завдань. Правильне та вільне володіння термінами є показником загального мовно-культурного рівня фахівця, адже їхні характеристики включають номінативність, точність визначення, моносемію в межах термінологічної системи, відсутність експресивних значень, системність, стилістичну нейтральність, точність семантики та ін. [1].

Окрім комунікативної, важливими аспектами професійної культури документознавця у цифровому середовищі є взаємопов'язані між собою:

- регуляторна культура організації ділових процесів (включаючи наукове, методичне забезпечення, нормативно-правове регулювання);
- технологічна культура в т.ч. культура електронного документообігу та підхід до збереження документів;
- культура застосування передових ІТ-рішень та інформаційних технологій у діловодстві (корпоративні і світові електронні мережі, культура інформаційного пошуку в Інтернеті, підготовка інформаційно-аналітичних даних, використання у роботі документації на електронних носіях);
- організаційна культура працівників служби діловодства та культура організації ділових процесів (як елементів професійної культури діловодства);
- культура управління службою діловодства (елемент управлінської, правової культури керівника установи та/або керівника відділу діловодства) [5].

Підвищення рівня професійної культури документознавця у цифровому середовищі неможливо без розробки якісних методичних рекомендацій. З нашої позиції, найважливішими інструментами механізму формування цифрової культури виступають зовнішні та внутрішні обмеження. Узгоджена поведінка суб'єктів у мережі Інтернет (когерентність) – це прояв об'єктивних законів синергетики, що призводить до виникнення певною мірою пристосованості до новацій у вигляді нових структур. Для того щоб знання, уміння, навички акумулювалися, закріплювалися та мігрували у часі і просторі, роботодавці мають зберігати так звані цифрові культурологічні надбання протягом тривалого часу.

До жорстких заходів відносять бан, деплатформінг, впровадження «фільтрів завантаження» контенту, контроль соціальної поведінки та інше, що одночасно може впливати на рівень участі людей у вирішенні спільних проблем і тому потребує спеціальних досліджень. Більше ефективними, на нашу думку, являються м'які обмеження, котрі реалізуються через призму інтенсифікації значимості професійних знань та самоконтролю, безперервного навчання, стимуляції до високої культури через організаційно-правові заходи. Вказане обумовлює важливість спеціальних знань з цифрової культури порівняно з цифровою грамотністю у формуванні людського капіталу. В цілому, механізм розвитку професійної культури документознавця, який взаємодіє із віртуальним середовищем – це поєднанням як м'яких, так і жорстких заходів задля досягнення балансу в системі «технології та організаційні рішення», що в комплексі

і формують соціокультурну інженерію, орієнтовану на досягнення загального блага у цифровому середовищі відповідно до перспективного бачення ефективності цифрової трансформації.

На думку багатьох експертів, XXI ст. судилося стати століттям геокультури (так як XIX ст. було епохою геополітики, а XX ст. – геоеконіміки) і, очевидно, цифрової культури з огляду на глобальність інформаційних мереж та зростання масштабів поширення цифрових рішень, в тому числі і у професійній діяльності.

**Висновки.** Таким чином можемо підсумувати, що культура, орієнтована на цифрові технології,

об'єктивно стає основою цифрової трансформації, яка меншою мірою пов'язана з технологіями, а радше залежить від особистої та корпоративної цифрової культури, бажань і здібностей співробітників приймати та використовувати нововведення. Фактично, цифрова трансформація, як в минулому індустріалізація та інформатизація, являє собою модернізацію (зміни) культури взаємодій людей та спільнот під впливом диджитал-рішень й середовища. Перспективи подальших наукових пошуків вбачаємо у комплексному дослідженні напрямків удосконалення нормативно-правових засад діловодства в Україні.

#### Список літератури:

1. Артикуца Н. В. Термінологія законодавства і проблеми законодавчих дефініцій. *Науковий вісник НАУКМА*. 2020. С. 6–13.
2. Гомілко О. Суспільство знань як виклик раціональності. *Філософія освіти*. № 1. 2015. С. 26–37.
3. Довжук І. В. Діловодство (загальне, спеціальне) : навч.-метод. посіб. Переяслав (Київ. обл.) : Домбровська Я. М., 2020. 353 с.
4. Матвієнко О., Цивін М. «Управління документацією у цифровому середовищі» – освітньо-професійна програма цифрового спрямування. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. Вип. 10. 2022. С. 151–154.
5. Палеха Ю. І. Організація сучасного діловодства : навч. посібник. К. : Кондор, 2007. 194 с.
6. Петрушенко О. Поняття «суспільство знань», його аналіз та оцінка. *Філософські науки*. Вип. 2 (2). 2016. С. 105–109.
7. Програма з української мови (за професійним спрямуванням) для студентів вищих навчальних закладів III–IV рівнів акредитації. К., 2006. 25 с.
8. Решетілова О. Методи навчання української професійної лексики майбутніх документознавців. Неперервна професійна освіта: теорія і практика. Київ : ТОВ «Видавниче підприємство «ЕДЕЛЬВЕЙС», 2015. Випуск 4 (45). С. 99–104.
9. Твердохліб Ю. І., Попчук О. В. Основні шляхи оптимізації роботи з документами в державних установах. *Документно-інформаційні ресурси* : матеріали звітної наукової конференції викладачів, аспірантів, співробітників і студентів кафедри документальних комунікацій: тези доп. Рівне : РДГУ, 2011. С. 63–65.
10. Шищенко І. В., Харченко І. І. Принципи формування інформаційно-цифрової культури майбутніх фахівців. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. Вип. № 79, Т. 2. 2021. С. 140–143.
11. Digital 2023: Global Overview Report. January 2023. Datareportal. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> (дата звернення: 13.12.2023)

#### **Cherniavska S. M., Lukhina M. Yu., Dyachenko O. V. PROFESSIONAL CULTURE OF A DOCUMENTIST IN THE DIGITAL ENVIRONMENT**

*The article is devoted to the study of the place, role, and importance of the professional culture of a document scientist when working in a digital environment. The concepts of «culture of a document scientist in a digital environment» and «culture of a document circulation organization» are distinguished. The principles on which the development of digital culture is based are systematized and characterized. Attention is focused on the system and value approach, the principle of step-by-step formation, the principles of continuity of professional education. It has been established that digital culture is inextricably linked with digital ethics. Taking into account the current state of development of information and communication technologies and based on the analysis of the requirements for specialists in the field of document studies, three levels of their professional culture in the digital environment are distinguished: basic, functional and representative.*

*Further, the article focuses on the formation of the professional culture of a document scientist in the conditions of digital transformation. The authors examine the need to change approaches to education and professional development, taking into account the new requirements of the digital age. Issues of introducing innovations into the work methods of document scientists, as well as the development of their information literacy, are considered.*

*The conclusions of the article provide a general view of the future of the profession of a document scientist in the conditions of the digital revolution. The authors emphasize the importance of combining traditional knowledge with modern digital skills for successful functioning in new conditions. They encourage continuous improvement and adaptation, particularly through participation in training programs and collaboration with other IT professionals. The article is important for practicing document scholars, teachers and students who are interested in issues of digital transformation in the field of document studies and archival studies. It promotes a deep understanding of the challenges and opportunities brought by the digital age and stimulates the search for new ways of development in this dynamic area.*

**Key words:** *digital ethics, document science, synergy, professional culture, electronic services.*

## ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

УДК 81'373.47:316.774

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/28>

**Герасимович В. А.**

Маріупольський державний університет

**Мединська О. Я.**

Тернопільський національний педагогічний університет  
імені Володимира Гнатюка

**Слюсаренко К. В.**

Державний університет економіки і технологій

### ФЕЙКОВІ НОВИНИ ТА ДЕЗІНФОРМАЦІЯ В УМОВАХ ВІЙНИ: СТРАТЕГІЇ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ, ВПЛИВ НА СУСПІЛЬСТВО

*В епоху інформаційних технологій та глобалізації сучасне суспільство стикається з новими викликами, які пов'язані із поширенням фейкових новин та дезінформації, особливо під час війни. Розповсюдження неправдивої інформації стає питанням національної безпеки та ключовим інструментом впливу на громадську думку й динаміку міжнародних відносин. Фейкові новини є ефективним засобом для систематичного маніпулювання масовою свідомістю та формування негативного образу країни в глобальному співтоваристві.*

*Це явище визначає парадигму інформаційної безпеки та висуває перед суспільством завдання боротьби з дезінформацією на всіх рівнях. Важливість правильного інформування та встановлення довіри до джерел інформації набуває критичного значення в умовах, коли маніпуляції фактами можуть суттєво вплинути на події в країні та визначити ставлення до них у світі.*

*З поширенням фейкових новин та дезінформації виникає нагальна потреба розуміти й протидіяти цим явищам, розробляти та впроваджувати ефективні стратегії боротьби. Стаття присвячена вивченню проблеми фейкових новин та дезінформації в умовах війни, зосереджуючись на стратегіях їх розповсюдження та впливі на суспільство. Дослідження включає аналіз різноманітних каналів поширення дезінформації, таких як соціальні мережі, медіаплатформи.*

*У статті проаналізовано вплив фейкових новин на формування громадської думки, політичний ландшафт та загальну безпеку суспільства. Розглянуто, як дезінформація може викликати розколи в суспільстві, підсилювати ворожнечу та негативно впливати на психологічний стан громадян. Крім того, визначено можливі шляхи боротьби з цим явищем, включаючи розвиток критичного мислення, підвищення медіаграмотності та впровадження ефективних механізмів фактчекінгу.*

*Дослідження базується на аналізі конкретних прикладів фейкових новин у різних воєнних конфліктах та використовує інтердисциплінарний підхід, об'єднуючи аспекти журналістики, політології, психології. Отримані результати можуть стати основою для вдосконалення стратегій протидії фейковим новинам та дезінформації в умовах війни Росії проти України.*

**Ключові слова:** *фейкові новини, дезінформація, інформаційні технології, війна, національна безпека, критичне мислення, медіаграмотність, фактчекінг.*

**Постановка проблеми.** В умовах війни фейкові новини та дезінформація стають важливим інструментом для досягнення стратегічних цілей.

Сприяючи розповсюдженню неправдивої інформації та маніпуляціям, вони не лише спотворюють об'єктивну картину подій, але й впливають

на суспільну думку та реакцію громадськості. Військові конфлікти надають ідеальний контекст для зростання фейкових новин, оскільки страх, неспокій та необхідність швидкої інформації зробили суспільство більш схильним до прийняття неперевіреної інформації.

Важливо відзначити, що такі стратегії розповсюдження фейкових новин мають серйозні наслідки для безпеки та стабільності. Наприклад, спотворена інформація щодо воєнних подій може спричинити паніку серед населення, або навіть призвести до прийняття неправильних рішень зі сторони політичних та військових лідерів. Крім того, фейкові новини послаблюють довіру до владних структур та медіа, що загострює політичні та соціальні конфлікти.

Ставлячи перед собою завдання вивчення стратегій розповсюдження фейкових новин у воєнний час, необхідно звернути увагу на різноманітні аспекти цього явища. По-перше, варто визначити основні джерела та механізми поширення фейкових новин, включаючи соціальні мережі, інформаційні агентства й російську пропаганду. По-друге, необхідно вивчити цільові аудиторії та їхню мотивацію для сприйняття фейкових новин. По-третє, важливо розробити стратегії протидії цьому явищу, які б охоплювали як технічні, так і соціальні аспекти. Усвідомлення цих аспектів дозволить розробити ефективні стратегії боротьби з фейковими новинами та дезінформацією в умовах війни, що сприятиме збереженню безпеки, стабільності та захисту прав людини.

З початку 2014 року, коли розпочалась війна на Сході України, Російська Федерація активно використовує фейки в інформаційному просторі. Це становить серйозну загрозу інформаційній безпеці України, оскільки впливає на свідомість широкої аудиторії, і, отже, важливо спростовувати такі неперевірені повідомлення, щоб уникнути паніки в суспільстві.

Одним із пріоритетів державної політики України є боротьба з дезінформацією. В країні діє спеціальний Центр при Раді національної безпеки й оборони України, який веде протидію дезінформації шляхом спростування неправдивих новин і заяв. Весь державний інформаційний курс у період повномасштабної воєнної агресії з боку Російської Федерації спрямований на захист інформаційного простору нашої держави.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Особливості дезінформації та фейкових повідомлень були предметом досліджень як українських, так і зарубіжних вчених. У науковому дискурсі артику-

лювалися питання природи дезінформації, фейкового контенту переважно в контексті інформаційної війни. Так, дослідники О. Мельникова-Курганова, Є. Калниболотська, Г. Почепцов вивчали маніпулятивні аспекти комунікації в умовах війни та використання агресивної пропаганди для психологічного тиску на суспільство. На думку Г. Почепцова, традиційно існує два шляхи інформаційного впливу: один на одного та один на багатьох. Вони зливаються воедино, коли з екрана лунає голос людини, наділеної довірою або владою. Один на багатьох сприймається як один на одного, оскільки телебачення створює відчуття особистого звертання. Спосіб персоналізації активно використовується у соціальних медіа для цільової аудиторії [9, с. 115].

О. Мельникова-Курганова серед різних способів інформаційного впливу виділяє такі явища, як інформаційні атаки на мобільний зв'язок, дії в інтернеті для поширення чи заміни необхідних повідомлень, блокування або приглушення сигналу для видалення контенту. Дослідниця зазначає, що трансформація методів інформаційного впливу залежить від умов, у яких розповсюджується інформація та від простору: інформаційного, віртуального та фізичного. Серед загальних тенденцій О. Мельникова-Курганова виокремлює агресивність повідомлень, використання різних каналів комунікації, застосування дезінформації та деструктивних наративів [6, с. 114].

На думку Є. Калниболотської, одним із ключових аспектів ведення війни в інформаційному просторі є пропаганда, яка відіграє значну роль і може мати як позитивні, так і негативні наслідки. Під час російсько-української війни РФ використовує негативну пропаганду, спрямовану на створення інформаційної ізоляції та формування у росіян вузького бачення ситуації [4, с. 51]. Ця пропаганда обмежує доступ до зовнішніх джерел інформації, створюючи однобічне сприйняття подій.

Дослідники І. Мудра та Р. Черниш розглядали поняття «фейк» як один з інструментів негативного впливу на національну безпеку України в умовах ведення війни. І. Мудра окреслює методи, за допомогою яких можна ідентифікувати фейкові новини, а саме: перевірка джерела інформації, аналіз сумнівних заголовків, оцінка тональності новини, перевірка автора матеріалу, виявлення шаблонів [8, с. 186]. Р. Черниш зазначає, що ефективна боротьба з дезінформацією, включаючи застосування правових механізмів, є надзвичайно важливим завданням для українського державного апарату, зокрема для працівників спеціальних служб [12, с. 112].



Враховуючи інтенсивність продукування дезінформації, необхідно дослідити фейки та дезінформацію як складові сучасної війни, визначити специфіку її застосування та психологічні аспекти сприйняття. Більшість досліджень спрямовані на розробку механізмів виявлення фейкового контенту, але також потребують уваги питання запобігання їх появі та пошуку превентивних заходів для боротьби з дезінформацією як з боку держави, так і в інформаційному просторі громадської комунікації.

**Постановка завдання.** Мета дослідження полягає в аналізі стратегій поширення фейкових новин та їх впливу на суспільство в умовах війни.

Методологія дослідження передбачає використання системного підходу до дослідження проблеми фейкових новин та дезінформації в умовах війни, що дозволяє отримати комплексне уявлення про її сутність та вплив на суспільство. Початковим етапом дослідження є моніторинг сучасних наукових розвідок про природу фейків та дезінформації, зокрема в контексті воєнних конфліктів. Це дозволяє отримати об'єктивне уявлення про стан проблеми та встановити різноманітні підходи до її вивчення.

Далі проаналізовано приклади фейкових новин у різних воєнних конфліктах, зокрема в контексті російсько-української війни, для виявлення конкретних механізмів та стратегій розповсюдження дезінформації та її впливу на суспільство. Для глибшого розуміння проблеми використовується інтердисциплінарний підхід, що об'єднує

аспекти журналістики, політології та психології, що дозволяє розглянути проблему з різних точок зору. На основі отриманих результатів розроблено та запропоновано ефективні стратегії боротьби з фейковими новинами та дезінформацією в умовах війни. Ці стратегії ґрунтуються на розвитку критичного мислення, підвищенні медіаграмотності та впровадженні ефективних механізмів перевірки достовірності контенту.

**Виклад основного матеріалу.** Проблема фейкових новин та дезінформації в контексті війни, зокрема з початком збройної агресії Росії проти України у 2022 році, стає глобальною загрозою, що ставить під питання стабільність та безпеку націй, а також призводить до погіршення міжнародних відносин. Боротьба з фейковими новинами та дезінформацією вимагає активних заходів зі сторони міжнародних організацій та громадянського суспільства, а також свідомого підходу користувачів інтернету до перевірки достовірності інформації перед її поширенням. Умови війни створюють плідний ґрунт для розповсюдження фейкових новин та дезінформації, що може бути зумовлене різноманітними причинами (див. рисунок 1).

Використання фейків для формування певного ставлення громадськості до воєнних подій. Ця стратегія спрямована на маніпулювання громадською думкою та появу певних реакцій серед населення. Розповсюдження фейкових новин сприяє створенню внутрішньополітичних напружень та ілюзії загрози зсередини для маніпулювання внутрішньополітичною ситуацією.

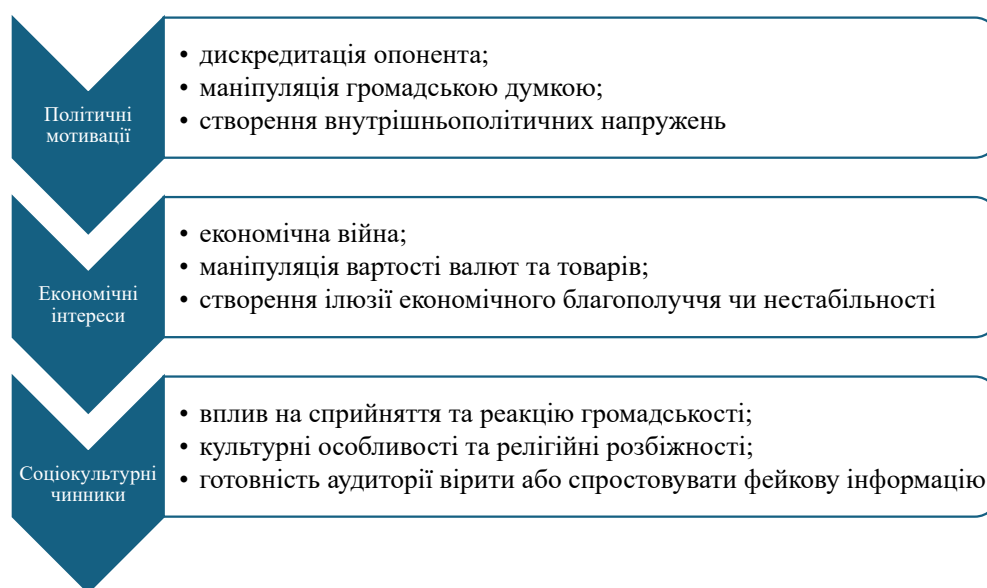


Рис. 1. Причини розповсюдження фейкових новин та дезінформації

Наратив про втому Заходу від війни та про послаблення його підтримки став активно просуватися у 2023 році. Експерти у всьому світі підкреслюють, що такою пропагандою Росія намагається розколоти суспільство на Заході та всередині України. Навіть при постійних нагадуваннях партнерів про те, що вони продовжуватимуть підтримувати Україну, кількість українців, які вірять у «втому» Заходу, зросла з 15% у вересні 2022 року до 30% у жовтні 2023 року [11].

Фейкові новини використовуються як інструмент економічної війни, де активно в інфопросторі поширюється дезінформація про руйнування економіки опонента. Це призводить до падіння інвестицій та погіршення фінансового стану, що має далекосяжні наслідки для реальної економічної ситуації та спричиняє втрати в економічному секторі. Неправдива інформація про обмінні курси чи ціни на сировину використовуються для отримання конкурентної переваги та впливу на фінансові ринки, інвестиційний клімат. Фейки можуть розповсюджуватися для створення ілюзії економічного добробуту чи загрози нестабільності, що визначає рішення інвесторів, споживачів та міжнародних партнерів та дозволяє використовувати цю ситуацію в своїх економічних інтересах.

Санкції проти Росії були запроваджені ще з 2014 року після анексії Криму та в основному спрямовувалися на окремих осіб, які відіграли ключову роль у війні. Список санкцій включав керівників і депутатів російського парламенту, радників президента РФ, підприємців, артистів, а також деякі банки та приватні компанії. Тоді обмеження не зачіпали життя всіх громадян, проте зараз ситуація змінилася. Навіть при тотальних санкціях, що охоплюють всю країну, Росія не припиняє спроб переконати світ та своїх громадян, що санкції не такі ефективні.

Федеральні медіа для зарубіжної аудиторії стверджують, що санкції не працюють і навіть завдають більших збитків європейцям та американцям, ніж самій Росії. Активно просувається ідея, що 71% британських компаній мають значні фінансові втрати через антиросійські санкції. Зазначається, що це сталося через втрати у постачанні товарів та сировини. Однак, на місцевому рівні, де цензура менш ефективна, вплив війни та санкцій відчувається зовсім інакше. Наприклад, за даними аналітичного центру Picodi.com, ціни на овочі та фрукти в Росії зросли на 27% [7].

Соціокультурні чинники визначають спосіб сприйняття та реакцію громадськості на інформацію. Це включає формування певних настанов, стереотипів та цінностей, які формують реак-

цію аудиторії на фейкові новини. Соціокультурні аспекти використовують для створення конфліктів, посилення дезінформації, оскільки вони впливають на сприйняття подій та визначення «своїх» і «чужих». Наприклад, наприкінці року російські пропагандисти розповсюджували фейк про те, що прихожан Української православної церкви Московського патріархату змусять перехрещуватися в Православній церкві України [11].

Вплив фейкових новин в умовах війни на суспільство має наслідки, які можуть відчутно відбитися на різних рівнях громадського життя. Надмірне поширення дезінформації породжує невпевненість у правдивості інформації, що сприяє появі альтернативних, ненадійних джерел інформації та підриває основи демократичного суспільства. Під час війни в Сирії режим президента Башара Асада та його союзники використовували фейкові новини для маніпулювання інформаційним простором. Один із прикладів – вигадана історія про хімічну атаку в Думі 7 квітня 2018 року. Ця дезінформаційна кампанія стверджувала, що хімічна атака була організована опозиційними силами, а не режимом Асада, однак була спростована міжнародними службами та фахівцями з хімічної безпеки. Такі фейкові новини не лише збентежили громадськість та стали причиною міжнародної напруженості, але й нівелювали довіру до офіційних джерел інформації, ускладнюючи об'єктивну оцінку подій в регіоні.

Фейки в умовах війни посилюють конфліктні ситуації та сприяють ескалації напруги в суспільстві. Штучно створені інформаційні конфлікти призводять до розколу, ворожнечі та непорозумінь між різними групами населення, що стає небезпечною передумовою для загострення реальних воєнних дій. Один із прикладів ескалації конфлікту за допомогою фейкових новин стосується війни в Сирії. Інформаційні агентства використовували фальшиві звіти та маніпулювали фотографіями для того, щоби поглибити поділ між різними релігійними та етнічними групами.

Фейкові новини у сучасному світі не лише впливають на внутрішньополітичні процеси країн, але й стали важливим інструментом впливу на геополітичну ситуацію. Завдяки глобальному розповсюдженню інформації через соціальні мережі та інші медіа вони отримали унікальні можливості для швидкого поширення, що відображається на міжнародному рівні.

Одним із ключових аспектів впливу фейкових новин на геополітичну ситуацію є їхня роль у формуванні образів країн та лідерів. Маніпулювання інформацією спричиняє спотворення

міжнародного сприйняття та порушує відносини між державами. Фейкові новини використовують для дискредитації політичних діячів, спотворення реальності конфліктів та зміни глобального бачення подій.

Штучно створені або підсилені інформаційні конфлікти призводять до напруження міжнародних відносин, порушуючи геополітичну стабільність та безпеку. Фейкові новини можуть визначати розвиток дипломатичних стосунків та міжнародних переговорів, підриваючи довіру між державами та глобальними гравцями.

Під час анексії Криму у 2014 році російські медіа та інформаційні ресурси активно поширювали фейкові новини. Один із прикладів – розповсюдження інформації про те, що українські військові мають намір здійснити напад на російськомовне населення Криму. Цей фейк створював образ українців як загрози для російськомовних громадян, що виправдовувало агресивні дії Росії. Такі фейкові інформаційні кампанії не лише сприяли розпалюванню конфлікту та створенню штучних напружень між країнами, а й вплинули на реакцію міжнародної спільноти. Хибні твердження про загрозу російськомовному населенню були використані для виправдання порушення суверенітету України та втручання у її внутрішні справи Росією.

Ще одним прикладом впливу фейкових новин на геополітичну ситуацію є катастрофа МН17. Після збиття малайзійського авіалайнера МН17 17 липня 2014 року неподалік Донецька, російські медіа розповсюджували неправдиві новини про теорію змови, які були спрямовані на те, щоби від-

вести увагу від Росії та перекласти відповідальність за цю трагедію на Україну. Фейки виглядали як офіційні заяви або викривлені дані для спричинення плутанини та зміни курсу розслідування. Зокрема, були поширені фейкові новини про те, що МН17 був збитий українським винищувачем для дискредитації Росії.

Стратегії розповсюдження фейкових новин та дезінформації в умовах війни максимізують свою ефективність шляхом використання різноманітних методів та технологій. Серед них можна виділити такі прийоми, як активне використання соціальних мереж і вебплатформ, методів психологічного впливу на аудиторію (емоційне збурення чи залякування, вплив на алгоритми пошуку та рекомендацій платформ). Такі підходи дозволяють максимально ефективно використовувати потенціал масового засвоєння фальшивої інформації та впливати на громадську думку з мінімальними зусиллями (див. рисунок 2).

Росія та Україна використовують соціальні мережі та медіаплатформи для активного формування та поширення своїх наративів про війну. Обидві сторони використовують соціальні мережі «Фейсбук», «Твітер», «TikTok», «Ютуб» для просування власного контенту щодо воєнних дій. Наприклад, лише за перший тиждень війни відео з різних джерел у тиктоці із тегом #росія та #Україна зібрали 37,2 млрд і 8,5 млрд переглядів відповідно [1].

Використання ботів та автоматизованих систем є важливим елементом стратегії поширення фейкових новин в умовах війни. Зловмисники створюють автоматизовані облікові записи, відомих

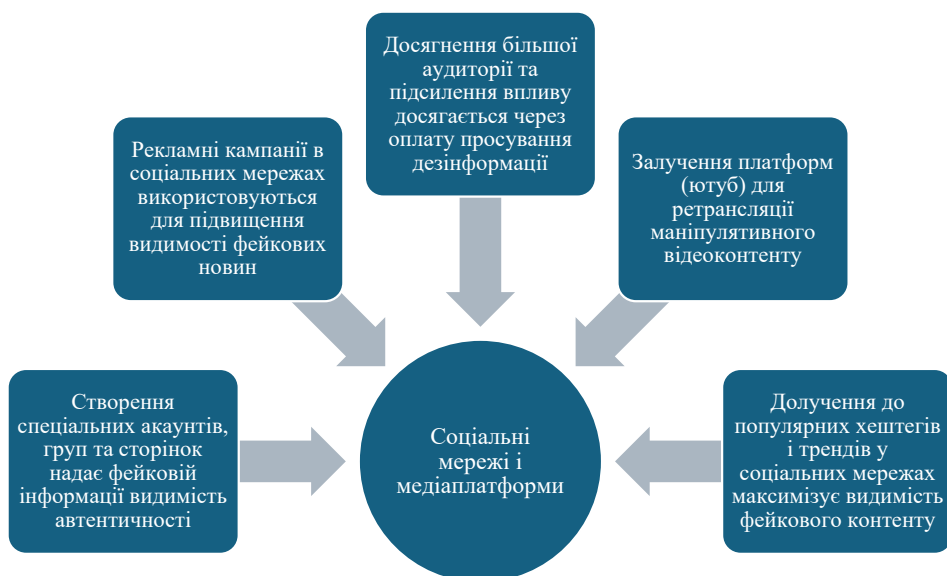


Рис. 2. Роль соціальних мереж і медіаплатформ у поширенні фейків

як боти, які взаємодіють із користувачами в соціальних мережах та інших онлайн-платформах. Ці боти можуть мати аватари, виглядати як реальні особи, але їхня діяльність зазвичай координується централізованою командною структурою. Боти швидко поширюють фейкові новини, коментують публікації та взаємодіють із реальними користувачами, створюючи враження об'єктивності та активності у громадському обговоренні.

Зловмисники використовують боти для масштабування впливу, де один бот може створити враження, ніби певну ідею або позицію підтримує велика група осіб, що впливає на громадську думку та формування тенденцій в інтернет-спільноті. Крім того, боти активно взаємодіють із трендами, хештегами чи актуальними темами, роблячи їх більш помітними. Це відбувається за допомогою чималої кількості коментарів, лайків, ретвітів тощо. Під час анексії Криму Росією у 2014 році та подій на Сході України спостерігалася активна інформаційна війна, де соціальні мережі використовувалися для формування різних наративів. Російські боти та «тролі фабрики» (організовані групи для масового створення контенту та коментарів) використовували твітер, фейсбук та інші соціальні мережі для поширення пропаганди, яка підтримувала офіційну російську позицію. Ці боти автоматично публікували повідомлення, коментарі та матеріали, які ґрунтувалися на дезінформації та перекрученні подій. Вони підтримували ідею, що на Донбасі відбувається громадянська війна, звинувачували українські владні структури.

Твітер фіксує та протидіє масштабному використанню ботів, автоматизованих систем для поширення дезінформації в умовах війни Росії проти України. Вже у перші тижні після повномасштабного російського вторгнення платформа заблокувала 100 акаунтів, які розміщували проросійські хештеги та пропагандистські тези, такі як #istandwithputin. Експерт Квінслендського технологічного університету Тім Грем використав інструмент Botometer та розглянув 16,513 проросійських акаунтів, більшість з яких були створені наприкінці 2021 року чи на початку 2022 року. Botometer використовує алгоритм штучного інтелекту, щоб відрізнити облікові записи ботів від реальних, аналізуючи структуру облікового запису, друзів користувача, його мову, уподобання. Результати аналізу констатували, що багато акаунтів отримали високі бали за ознаками, що свідчать про ботівську природу. Зокрема, 870 акаунтів отримали максимальний бал, а ще 9,423 отримали 0,8 або більше [2].

Технологічні аспекти стратегій розповсюдження фейкових новин охоплюють використання алгоритмів, машинного навчання та штучного інтелекту для підвищення ефективності та створення враження більш персоналізованого та автентичного контенту. Зловмисники застосовують алгоритми та машинне навчання для аналізу поведінки користувачів, щоб визначити їхні інтереси та схильності. Технології обробки природної мови (NLP) застосовуються для створення текстового контенту, який виглядає автентичним, а також ускладнює виявлення дезінформації алгоритмами та фільтрами. Використання рекомендаційних систем та аналіз даних дозволяє зловмисникам адаптувати фейкові новини до інтересів та переконань різних груп, збільшуючи ймовірність їх поширення. Застосування алгоритмів психологічного впливу надає можливість створювати враження широкого інтересу чи підтримки, що впливає на загальну думку та настрій суспільства.

Технологічні аспекти стратегій розповсюдження фейкових новин часто включають використання дипфейків як ефективного інструменту російської пропаганди. Наприклад, наприкінці червня 2022 року стало відомо про дипфейкове спілкування мерів Мадрида та Берліна із дипфейковим мером Києва Віталієм Кличком. У січні 2023 року пропагандисти використали дипфейк-відео з колишнім народним депутатом та колишнім Генеральним прокурором Юрієм Луценком для того, щоби продемонструвати складне становище Збройних сил України біля м. Бахмута [3]. Дипфейки також використовуються для закликів до непокори владі. У листопаді 2023 року було створено дипфейкове відеозвернення Головнокомандувача Збройних сил України Валерія Залужного, у якому він закликає українців вийти на площі та відмовитися виконувати «злочинні накази влади» [5].

Для ефективної боротьби з поширенням дезінформації в сучасному інформаційному середовищі необхідні комплексні заходи, які охоплюють не лише технічні аспекти, але й соціально-політичні та освітні ініціативи (див. рисунок 3).

Національні та міжнародні організації повинні співпрацювати у створенні просвітницьких кампаній та програм, спрямованих на підвищення медіаграмотності населення. Важливо залучати до цього процесу медійних експертів, журналістів та представників громадськості для спільної роботи щодо виявлення дезінформації. Науковці, дослідники та спеціалісти з інформаційної безпеки також повинні активно брати участь у розробці стратегій протидії фейкам та дезінформа-



Рис. 3. Шляхи протидії дезінформації

ції. Необхідно підтримувати незаангажовані та незалежні медіа, які здатні об'єктивно та професійно висвітлювати події, а також контролювати владу та інші соціальні інституції. Підтримка журналістської етики та свободи слова є ключовим елементом у забезпеченні інформаційної безпеки та демократії.

Медіаграмотність, критичне мислення та фактчекінг є інструментами протидії дезінформації. Медіаграмотність передбачає здатність визначати надійні джерела інформації, розрізняти об'єктивні новини від спроб впливу, розуміти вплив медіа на формування поглядів суспільства. Критичне мислення, як навичка аналізу та оцінки інформації, допомагає розуміти різні точки зору, розрізняти факти від думок і уникати необґрунтованих тверджень. Фактчекінг охоплює перевірку правдивості інформації та виявлення маніпуляцій.

За допомогою передових технологій та аналітичних методів можна ефективно виявляти та боротися з поширенням дезінформації. Машинне навчання та аналіз тексту використовують для класифікації новин на достовірні та потенційно фейкові. Аналіз семантики допомагає виявляти

розбіжності та аномалії у використанні слів та фраз, що свідчить про фейкові новини.

Робота з великими обсягами даних (Big Data) включає моніторинг соціальних мереж для збору та аналізу інформації, де часто поширюються фейкові новини. Алгоритми виявляють патерни поширення дезінформації та ідентифікують джерела, які часто розповсюджують неправдиву інформацію. Застосування блокчейн-технологій включає перевірку автентичності джерел інформації через створення безпечних записів. Аналітика зображень і відео виявляє фото- та відеомонтаж за допомогою алгоритмів, які аналізують ознаки ретуші, перекладання об'єктів та інші аномалії. Перевірка походження зображень за допомогою геолокації та аналізу метаданих допомагає визначити їхню автентичність.

**Висновки.** Сучасні технології дозволяють зловживати інформаційним простором, використовуючи фейкові новини як ефективний інструмент впливу на громадян та міжнародну спільноту. В цьому контексті постає нагальна потреба розвивати комплексні стратегії протидії дезінформації, важливими елементами яких є законодавчі ініціативи, розвиток технологічних інновацій для виявлення фейкових новин, а також освітні програми для підвищення медіаграмотності серед населення.

Перспективи подальших досліджень щодо боротьби з дезінформацією в умовах війни включають вивчення психологічних аспектів сприйняття інформації в період конфліктів, аналіз впливу соціальних мереж на поширення фейкових новин, а також вдосконалення технічних засобів для виявлення та блокування дезінформаційного контенту. Розвиток міжнародної співпраці для обміну найкращими практиками щодо протидії дезінформації в умовах війни також визначається як релевантний напрямок подальших досліджень.

#### Список літератури:

1. Бровінська М. В. Соціальні мережі та штучний інтелект формують глобальні наративи про війну в Україні. Як їх використовують українці та росіяни – аналітика від Foreign Policy. URL: <https://dev.ua/news/sotssety-1661411848> (дата звернення: 25.01.2024).
2. Даниленко Ю. Як російські ботоферми воюють проти України. URL: <https://speka.media/yak-rosiiski-botofermi-voyuut-proti-ukrayini-pkwrdr> (дата звернення: 23.01.2024).
3. Задирака К., Півторак О. Штучний інтелект і дезінформація: як російський агітпроп використовує дипфейки у війні з Україною. URL: <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/33631/2023-12-01-shtuchnyy-intelekt-i-dezinformatsiya-yak-rosiysky-agitprop-vykorystovuie-dypfeyky-u-viyni-z-ukrainoyu/> (дата звернення: 25.01.2024).
4. Калниболотська Є. В. Забезпечення інформаційної безпеки України в соціальних мережах в умовах повномасштабної воєнної агресії Російської Федерації проти України. Київ : Національний авіаційний університет, 2022. 69 с.

5. Котубей О. І. Про що цього року брехала Росія: фейки, дезінформація та вкиди про російсько-українську війну і як їм протидіяти. URL: <https://suspilne.media/culture/636550-pro-so-cogo-roku-brehala-rosia-fejki-dezinformacia-ta-vkidi-pro-rosijsko-ukrainsku-vijnu-i-ak-im-protidiati/> (дата звернення: 25.01.2024).
6. Мельникова-Курганова О. С. Сучасні інформаційні війни: соціокомунікаційний аспект. Монографія «Актуальні проблеми масмедіа». Київ : Національний авіаційний університет, 2023. С. 93–114.
7. Міський В. В. Новий голодомор, борги для онуків через ленд-ліз та інші фейки розпропаганди. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/09/8/691280/> (дата звернення: 25.01.2024).
8. Мудра І. М. Поняття «фейк» та його види у ЗМІ. *Теле-тародіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 184–188.
9. Почепцов Г. Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дії. Харків : Виват, 2021. 384 с.
10. Топ абсурдних російських фейків про Україну за час повномасштабної війни. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2023/05/12/infografika/bezpeka/top-absurdnyx-rosijskux-fejkiv-pro-ukrayinu-chas-povnomashtabnoyi-vijny> (дата звернення: 24.01.2024).
11. Фейки про конфлікт у владі та втому Заходу: скільки українців вірять у російську пропаганду? URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/2759/feiki-pro-konflikt-u-vladi-ta-vtomu-zaxodu-skilki-ukrainciv-viryatu-rosiisku-propagandu> (дата звернення: 23.01.2024).
12. Черниш Р. Ф. Фейк як один із інструментів негативного впливу на національну безпеку України в умовах ведення гібридної війни. *Часопис Київського університету права*. 2019. № 2. С. 109–114.

### **Herasymovych V. A., Medynska O. Ya., Slyusarenko K. V. FAKE NEWS AND DISINFORMATION IN WARTIME: DISSEMINATION STRATEGIES AND IMPACT ON SOCIETY**

*In the age of information technologies and globalization, contemporary society faces new challenges related to the spread of fake news and disinformation, especially in times of war. The dissemination of false information is increasingly deemed a matter of national security and a crucial instrument for influencing public opinion and influencing the dynamics of international relations. Fake news becomes an effective means of systematically manipulating mass consciousness and shaping a positive or negative image of the country in the global community.*

*This phenomenon defines the paradigm of information security and challenges society to combat disinformation at all levels. The importance of accurate information and building trust in information sources becomes critical in situations where manipulation of facts can significantly impact events within the country and determine their perception in the world.*

*With the proliferation of fake news and disinformation, there is an urgent need to understand and counter these phenomena, to develop and implement effective strategies to combat them. This article examines the problem of fake news and disinformation in the context of war, focusing on the strategies of their dissemination and their impact on society. The research includes an analysis of different channels of spreading disinformation, such as social networks, media platforms.*

*The article analyses the impact of fake news on the shaping of public opinion, the political landscape and the overall security of society. It examines how disinformation can cause divisions in society, increase hostility and negatively affect the psychological well-being of citizens. Additionally, potential ways to combat this phenomenon are identified, including the development of critical thinking, increased media literacy, and the implementation of effective fact-checking mechanisms.*

*The research is based on the analysis of specific examples of fake news in different wartime conflicts and uses an interdisciplinary approach, combining aspects of journalism, political science and psychology. The results can serve as a basis for further refining strategies to counter fake news and disinformation in the context of Russia's war against Ukraine.*

**Key words:** fake news, disinformation, information technologies, war, national security, critical thinking, media literacy, fact-checking.

Гудзь А. В.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

## ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОНТЕНТУ, ЯКИЙ ФОРМУЄ ОБРАЗ ВОЇНІВ-ЗАХИСНИКІВ ТА ЗАХИСНИЦЬ УКРАЇНИ

*Стаття присвячена дослідженню контенту деяких цивільних та військових медіа на предмет формування образу воїна, у тому числі дослідження деяких аспектів матеріалів про жінок-військовослужбовців. Розглянуто жанрово-тематичні особливості, зв'язок з аудиторією, інші характеристики та конотації матеріалів.*

*З цією метою вивчаються матеріали в інтернет-медіа протягом осіннього періоду (вересень-листопад 2023 року). Основною тематикою дослідження є вивчення тенденцій згадуваності тематики подій широкомасштабного вторгнення, які впливають на формування образу воїна.*

*Нині чисельність Збройних Сил України налічує близько 250 тисяч військових, серед них кількість жінок перевищила 62 тисячі. Основною діяльністю є виконання завдань на передових лініях оборони. Важливо зазначити, що виконання завдань на передових позиціях жінками є найбільшою найбільшою саме в новітній історії України. З огляду на запити на інформацію потреба дослідження матеріалів про військовослужбовців та їх образи у суспільстві є важливими в дослідженні та вивченні.*

*Провідна роль медіа у впливі на громадську думку дозволяє припускати важливість медіа в подальшій інтеграції ветеранів війни, у тому числі, жінок-військовослужбовців, у суспільство та функціонування у ньому.*

*Одним з елементів дослідження є вивчення спільних та відмінних рис у військових (АрміяInform, Центральна телерадіостудія Міністерства оборони України) та цивільних інтернет-медіа України (Суспільне, 24 канал, Цензор.нет), що формують громадську думку.*

*Оцінка згадуваності та поширюваності контенту щодо військових, у тому числі, жінок-військовослужбовців дозволяє сформулювати посилання медіа до проблематики гендеру у війську та у суспільстві. Окремим пунктом є дослідження компрометуючих матеріалів стосовно жінок-військовослужбовців, котрі дескредитують образ жінки-військовослужбовця та впливають на імідж Збройних Сил України. Також вивчаються згадуваності подій, трансформованих у новинні матеріали, на предмет діяльності жінок-військовослужбовців.*

**Ключові слова:** військовий, жінка-військовослужбовець, бойові дії, егалітарні засади, образ воїна, громадська думка, військові медіа.

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі України у стані широкомасштабного вторгнення та в юридичному полі режиму воєнного стану образ захисника постає важливим та значущим елементом. Медіа як маркер демократії та оцінки суспільства відіграє провідну роль у донесенні інформації про військових. З 2021 року кількість жінок в українській армії зросла на 40 відсотків, у підрозділах сил безпеки та оборони нині проходять службу близько 43 тисяч жінок-військових. Об'єктивна оцінка та аналіз дозволяють сформулювати базові принципи та ідеї, котрі стосуються українських жінок-військових.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Висвітлення образів військовослужбовиць в українських медіа в період російсько-української війни набуває значення та потрапляє в центр наукових досліджень. Особлива увага приділяється

ролі жінок-військовослужбовців на тлі інтересу до проблематики егалітарних гендерних уявлень у суспільстві. Як метод дослідження використовується якісний контент-аналіз трьох цивільних та двох військових медіа.

**Постановка завдання.** Метою статті є акцентуація уваги на проблематиці висвітлення тематики військовослужбовця-жінки у цивільних, військових та закордонних медіа та пошук тематичних схожостей та відмінностей у контенті.

**Виклад основного матеріалу.** Широкомасштабне вторгнення РФ в Україну акумулювало роботу фахівців медіасфери як цивільної, так і військової складової. Висвітлення ходу бойових дій у різних регіонах України демонструють високий запит громадськості на інформацію сектору безпеки та оборони.



Загальними вимогами висвітлення контенту залишаються питання заборони та обмежень, котрі поширюються на усіх фахівців медіа галузі. Основними є питання, висвітлені в Наказі Головнокомандувача Збройних Сил України №73. Серед заборонених питань виділяють:

1. Найменування військових частин (підрозділів) та інших військових об'єктів в районах виконання бойових (спеціальних) завдань, географічні координати місць їх розташування.

2. Чисельність особового складу військових частин (підрозділів).

3. Кількість озброєння та бойової техніки, матеріально-технічних засобів, їх стан та місця зберігання.

4. Описи, зображення та умовні позначки, які ідентифікують або можуть ідентифікувати об'єкти.

5. Інформація щодо операцій (бойових дій), які проводяться або плануються.

6. Інформація щодо системи охорони та оборони військових об'єктів та засобів захисту особового складу, озброєння та військової техніки, які використовуються (крім тих, які видимі або очевидно виражені).

7. Порядок залучення сил та засобів до виконання бойових (спеціальних) завдань.

8. Інформація про збір розвідувальних даних (способи, методи, сили та засоби, що залучаються).

9. Інформація про переміщення та розгортання своїх військ (найменування, кількість, місця, райони, маршрути руху).

10. Інформація про військові частини (підрозділи), форми, методи, тактику їх дій та способи застосування за призначенням.

11. Інформація про проведення унікальних операцій із зазначенням прийомів та способів, що використовувались.

12. Інформація про ефективність сил і засобів радіо-електронної боротьби противника.

13. Інформація про відкладені або скасовані операції.

14. Інформація про зниклий або збитий літак, літальний апарат, зникле судно та пошуково-рятувальні операції, які плануються або проводяться.

15. Інформація про планування та проведення заходів забезпечення безпеки застосування військ (дезінформація, імітація, демонстративні дії, маскування, протидія технічним розвідкам та захист інформації).

16. Відомості про проведені інформаційно-психологічні операції, ті, що проводяться, а також плануються.

17. Інформація, яка має на меті пропаганду або виправдання широкомасштабної збройної агресії Російської Федерації проти України.

Вперше поняття «образ» розглядалося ще античними філософами, які неоднозначно трактували це поняття: одні – як зовнішній вигляд, обриси предмета, інші – як копію об'єкта реального світу. Пізніше, в класичній німецькій філософії, образ визначали як основну форму пізнання, освоєння та відображення дійсності [6]. Таке визначення образу є актуальним і сьогодні. Термін «образ» є дуже багатограним, а тому кожен науковець тлумачить його по-різному. «Образ», за визначенням Глазюк Л.М., це суб'єктивна духовно-психічна реальність, що виникає у внутрішньому світі людини, в акті сприйняття нею будь-якої реальності у процесі контакту із зовнішнім світом – у першу чергу, хоча існують, природно, образи фантазії, уяви, сновидінь, галюцинацій і т.п., що відображають якісь суб'єктивні (внутрішні) реальності [3]. Гальперін І.Р. у своєму визначенні підкреслював роль сприйняття в створенні образів, пояснюючи образ як таке використання мовних засобів, при якому стає можливим чуттєве сприйняття абстрактних понять [2].

Необхідність формування образу українського військового стала важливою темою в інформаційному просторі з початку бойових дій на сході України у 2014 році, коли російські ЗМІ почали активно поширювати фейкові повідомлення з метою підризу довіри до української армії. Регулярно розповсюджувались новини, де розповідалось про злочини українських військових, які не відповідали дійсності. Одним з найефективніших способів протидії спробам російським ЗМІ, які з усіх сил намагалися осквернити українську армію, було сформувати образ українського військового, який би заперечував усі негативні меседжі.

Основним запитом працівників медіасфери у процесі продукації контенту залишається міжособистісна комунікація, яка трансформується у різні жанри. Втім, найпопулярнішим залишається інтерв'ю. Спілкування з військовослужбовцями різних рівнів (солдат – сержант – командир взводу/роти/батальйону/бригади, а також посадових осіб всебічного забезпечення діяльності сектору безпеки та оборони) вимагає різних підходів та підготовки.

Окремим аспектом та напрямком комунікації є взаємодія з жінками-військовослужбовцями. З одного боку, українські захисниці стали одним з елементів інтеграції Збройних Сил України до НАТО та продемонстрували готовність сектору безпеки та оборони до змін. З іншого боку, питання



гендерної політики в армії залишається дискусійним навіть після істотного збільшення кількості жінок-захисниць та сумлінне виконання поставлених завдань, деякі з яких пов'язані із випадками поранення, загибелі та перебування в полоні ворога. Відповідно до інформації з відкритих джерел, з 2021 року кількість жінок в українській армії зросла на 40 відсотків. Наразі у складі сектору безпеки та оборони служать близько 43 тисяч жінок-військових.

Медіа як індикатор та продукатор суспільної думки й водночас основне джерело інформації у суспільстві формує образ воїна – українського

захисника та захисниці. Аналіз осінньої (вересень-листопад 2023 року) медіакампанії деяких цивільних та військових медіа дозволяє сформулювати тематичні засади (ключові ідеї), принципи розвитку та базис орієнтації контенту стосовно українських захисників та захисниць.

Для наочності та більш розширеного аналізу результати дослідження, проведеного методом контент-аналізу, подано в таблиці 1, 2, 3, 4. Напрямами дослідження стали тематичні напрямки, жанрові форми та кількісна орієнтація матеріалів, котрі розміщені в українських цивільних та військових медіа.

Таблиця 1

**Контент історій про військовослужбовців у цивільних медіа: формування образу воїна**

Період	вересень-листопад 2023		
Медіа	Суспільне	24 канал	Цензор.нет
Кількість публікацій	57	87	143
Періодичність	Близько 5 публікацій на день	Близько 8 публікацій щоденно	Близько 10 публікацій щоденно
Тематика (ключові ідеї)	Опис життя військовослужбовців: контент стосовно нагородження, загибелі воїнів, поліпшення матеріально-побутових умов військових та членів їх родин, висвітлення інформації участі у бойових діях представників сектору безпеки та оборони	Дослідження матеріалів про згадуваність війни в Україні в іноземних виданнях, велика увага приділяється новинам. Також великим попитом користуються лайфстори про воїнів, а також історії членів родин військовослужбовців. Контентом видання є також інформація про волонтерів, громадських діячів, які взаємодіють із представниками сектору безпеки та оборони.	Матеріали про воїнів, іноземну допомогу, розслідування критичних елементів сектору безпеки та оборони. Також велика увага прикута до особистих історій військових, які перебувають безпосередньо на лінії зіткнення з ворогом. Переважає текстовий контент.
Жанрові форми	Лайфстори, новинні замітки, репортажі, інтерв'ю	Аналітичні статті, лайфстори, репортажі, інтерв'ю	Аналітичні статті, журналістські розслідування, репортажі, інтерв'ю

Таблиця 2

**Контент історій про військовослужбовців у військових медіа: формування образу воїна**

Період	вересень-листопад 2023	
Медіа	АрміяInform	ЦТРС МОУ
Кількість публікацій	149	52
Періодичність	Близько 12 публікацій на день	Близько 4 матеріалів на тиждень
Тематика (ключові ідеї)	Рубрики «Герої нескореної України», «Репортажі», «Герої України», «Пантеон Героїв», «Лайфстори» містять контент про героїв сучасності: описані звитяги військовослужбовців, які проходять службу, загинули в ході виконання бойових завдань, перебувають на лікуванні (реабілітації). Також є відео та текстові матеріали з нагородження воїнів державними та недержавними відзнаками, а також контент стосовно повсякденного життя військових у військових частинах (підрозділах).	Відеоконтент стосовно героїв, що несуть службу у підрозділах сектору безпеки та оборони, а також матеріали з урочистих церемоніалів, повсякденної діяльності військ (сил). У наявній рубриці «Я Воїн» описуються історії захисників. Репортажі з передових ліній оборони також містять інформацію про героїв. Зазвичай матеріали передають історії через героїв війни.
Жанрові форми	Репортажі, лайфстори, інтерв'ю	Інтерв'ю, репортажі, лайфстори

## Контент історій про жінок-військовослужбовців: характеристика цивільних медіа

Період	вересень-листопад 2023		
Медіа	Суспільне	24 канал	Цензор.нет
Кількість публікацій	9	12	6
Періодичність	Найбільша кількість публікацій у листопаді – 5, а також по дві публікації у вересні та жовтні	Найбільша кількість публікацій присвячена подіям особистого життя снайперки Євгенії Емеральд (7), а також кілька інших експресивних матеріалів.	Публікації в інтернет-виданні присвячені історіям про жінок-військових, котрі виконують завдання на передових лініях оборони, а також вшануванню пам'яті
Тематика (ключові ідеї)	Жінка-професіоналка (історії про бойових медиків, дівчину-вибухотехніка, фахівчинь служби зв'язків з громадськістю, історія загибелі військової-командира взводу, військової-спортсменки). Тематична спрямованість – історії жінок-військовослужбовців, які проходять службу на передових лініях у складі сектору безпеки та оборони.	Велика увага приділяється військовій снайперці Євгенії Емеральд (історії особистого життя, розлучення, проходження детектору брехні). Також є історія про булінг доньки української захисниці Яни Черногуз, а також є матеріал трансгендерної тематики (одруження лесбійок, де однією з партнерок є військова). Також є матеріал, котрий стосується делікатної теми – фотосесія пораненої захисниці Руслани Данилкіної, а також матеріал про Юлію «Тайру», присвячений Іграм Нескорених. Тематична спрямованість – скандальні, експресивні матеріали з елементами скандальних, хайпуючих подій із життя жінок-військових.	Фокус публікацій – на історіях про жінок, котрі виконують завдання у складі сектору безпеки та оборони (історії бойових медиків, медичних інструкторок, військової капеланки, представниці морської піхоти Ярину Черногуз). Також є матеріал про загиблого військовослужбовця, написаний зі слів його дружини.
Жанрові форми	Публіцистичні матеріали, переважно	Дифузія журналістського розслідування та новини. Також є фоторепортаж	Публіцистичні матеріали, лонгріди

## Матеріали про жінок-військовослужбовців: характеристика контенту військових медіа

Період	вересень-листопад 2023	
Медіа	Інформаційне агентство	ЦТРС МОУ
Кількість публікацій	14	12
Періодичність	Публікації присвячені життю жінок-військових на передовій, артикуляції їх діяльності у складі сектору безпеки та оборони України, що виходять із нестабільною періодичністю	Відеоматеріали переважно стосуються психологічних аспектів ведення бойових дій та виходять із періодичністю один раз на тиждень
Тематика (ключові ідеї)	Основна увага звертається на бойових медиків, командирів взодів. Також описується бекграунд жінок-військовослужбовців, їх шлях у війську та звертається увага на життя в цивільному зрізі, а також плани на майбутнє та філософське спрямування контенту на життя під час війни.	Пріоритетний напрямок у висвітленні історій жінок-військових є нова рубрика телерадіосотудії – «Психологія війни». Захисниці є експертками, героїнями у ході висвітлення інформації про психологічну стійкість. Також військові є героїнями сюжетів висвітлення бойових дій та залучення до інформування громадськості про функціонування сектору безпеки і оборони.

Таким чином, протягом осіннього періоду 2023 року (вересень-листопад) прослідковується стабільна увага медіа до питань повсякденної діяльності військовослужбовців. Акцентуація уваги на постатях військових, організації їх службової діяльності дозволяє припустити цікавість суспільства до сектору безпеки і оборони.

Образ українського військового є складним та багатограним явищем, що формується внаслідок взаємодії різноманітних факторів, таких як історія, культура, соціально-політичне середовище та інші. Основні складові образу військового включають не лише професійні якості та навички, а й моральні, етичні та культурні цінності, які визначають поведінку та сприйняття українського військового як громадянина та представника своєї професійної групи.

Найбільш поширеним образом, котрий корелюється в медіа залишається образ воїна, захисника України. За визначений термін у медіа відсутні компрометуючі та дискредитуючі матеріали стосовно військовослужбовців.

Важливим елементом образу українського військового є акцентуація уваги медіа на патріотизмі: наріжною ідеєю контенту є відданість чоловіків військовій справі, здатності йти на самопожертву та ризик. Військова честь, доблесть та відданість військовій присязі залишаються ключовими ідеями контенту.

Складовими формування образу воїна нині є увага до цивільного життя: мобілізаційні процеси дозволяють фахівцям медіа формувати бекграунд, котрий розкриває не лише образ військового, але й особистість. Звернення до вподобань, інтересів, особистих цінностей більш багатогранно та комплексно розкривають наших захисників.

Особливості формування матеріалів цивільних та військових медіа відрізняються за деякими складниками: періодичність, охоплення, наповнення. Військові медіа більш масштабно підходять до систематизації уявлення про військових та охоплюють більше складових, які формують образ воїна – захисника України.

Одним з найбільш важливих зовнішніх атрибутів українського військового є форма. Саме завдяки їй завжди можна відокремити військовослужбовця від цивільного населення. Усі елементи військової форми мають схожий вигляд, що робиться для ідентифікації військових, однак кожна країна під час розробки форми також додає власні особливості, які допомагають відрізнити військового своєї країни від країни-противника. Стандартна українська військова форма має піксельний камуфляж та вироблена з тканини олив-

кового кольору, у той час, як, наприклад, форма російських солдатів має темніший відтінок зеленого, що значно допомагає в ідентифікації військових під час бойових дій. Нашивки з українською символікою також є важливою складовою форми військових ЗСУ. Стандартними нашивками є зображення українського прапора, тризубу або ж гербу Збройних Сил України. На початку повномасштабної війни поширення також набули жовті стрічки на плечах військових як атрибути ідентифікації, оскільки це найпростіше, що можна було застосовувати в екстремальних умовах. Важливим елементом ідентифікації, який водночас слугує й одним з головних елементів образу українського військового, є державна мова.

Образ українського військового охоплює риси характеру, які об'єднують більшість людей, які належать до однієї групи, а саме до Збройних Сил України. Будь-який український військовий уявляється патріотом своєї країни, адже готовий встати на захист Батьківщини навіть ризикуючи своїм життям. Українські військові проявляють відданість своїй країні та її народу. Вони пишуться своїм походженням та культурою, борються за захист національних інтересів України, а тому невіддільною складовою образу українського військового є патріотизм.

У ході проведення контент-аналізу матеріалів у цивільних та військових медіа контенту про жінок-військовослужбовців можна дійти наступних висновків: перш за все, попит медіа спільноти до тематики жінок-військовослужбовців залишається високим. Згідно з проведеним контент-аналізом кількість матеріалів кожного місяця залишається однаковою із винятком окремих тематик, котрі потребують особливої уваги.

Наприклад, увага цивільного медіа «24 канал» в осінній період була прикута до історії снайперки-представниці сектору безпеки та оборони Євгенії Емеральд, котрі висвітлювали аспекти приватного життя, які не стосуються професійного військового життя, але відображають життя представниці ЗС України.

Водночас, дане цивільне видання під час продукції контенту про військовослужбовиць-жінок використовує дані про поранених захисниць, етапи реабілітації та звертає увагу на життя жінок під час інтеграції у цивільне середовище.

Велика увага цивільних видань спрямовується на життя українських захисниць, яке подається у формі фото. Фотоконтент як окремий жанр дозволяє розкривати особистості військових-жінок більш багатогранно та з огляд на специфіку виконання завдань.

Нині егалітарні засади стають більш демократичними та відкритими в українському суспільстві. Гендерна рівність та проблематика стають менш дискусійними: в українському секторі безпеки та оборони жінки-військові виконують завдання за призначенням у бойових підрозділах на бойових посадах, деякі з них отримують поранень, перебувають у полоні або навіть несуть безповоротні втрати, багатьох висунуто до одержання державних та недержавних нагород. У зв'язку з цим питання гендерної політики стає менш дискусійним серед представників збройних формувань, а також у суспільстві, на формування думки якого впливають в більшості медіа.

Деякі конотації матеріалів про жінок-військовослужбовців дозволяють виокремити складники, які формують образ української жінки-військовослужбовця. Одним з елементів є те, що, незважаючи на зростання інтересу медіа до ролі жінок у захисті державності у часи війни, зберігається тенденція підміни оцінки професійних якостей жінок як військовослужбовців недоречними стереотипами. Конструювання образів військовослужбовиць, що відбувається відповідно до культури гегемонної маскулітності, часто використовуються з метою обмежити роль жінок в армії або відвести їм допоміжні ролі. Таким чином, спостерігається недотримання рішення Ради національної безпеки і оборони України від 14.05.2021 р. «Про Стратегію людського розвитку» та щодо «Кодексу належної практики для журналістів у сфері гендерних стереотипів і гідності».

Дотримання егалітарних принципів щодо побудови жіночих медіа-образів потребує зміни гендерної політики медіа на рівні національного законодавства, що регулює їх діяльність.

Необхідно проводити тренінги для журналістів з питань врахування гендерної проблематики при висвітленні матеріалу, а також заохочувати медіа у просуванні гендерної рівності. Проте не можна всю відповідальність перекладати лише на медіа. Маргіналізація жінок багато в чому пов'язана з упередженнями та стереотипами, які є глибоко вкоріненими в українському суспільстві. Незважаючи на політику України в наданні рівних можливостей чоловікам і жінкам стосовно всіх аспектів життя суспільства, жінки інколи можуть активно акцентувати свою тілесну жіночість, несвідомо обирати роль «упредметнювання», щоб стати об'єктами «споживання» у медіа.

**Висновки.** У ході проведеного дослідження встановлено, що образ захисників України активно висвітлюється в медіа. Перш за все, увага

до військових спрямована на формування та підтримку позитивного образу військового у суспільстві. З огляду на проведений контент-аналіз за період вересень-листопад 2023 року у цивільних (Суспільне, 24 канал, Цензор.Нет) та військових (Інформаційне агентство, Центральна телерадіостудія Міністерства оборони України) виданнях акумульовано наступні висновки. Перш за все, медіа як основний інфлюенсер суспільної думки формує імідж представників сектору безпеки та оборони щоденно через візуальний, аудіальний та відео контент. Проаналізовані інтернет-видання дозволяють припускати стабільний інтерес громадськості до текстових матеріалів, про що свідчить висока кількість переглядів та коментарів до матеріалів, а також репости посилань на матеріали у соціальних мережах.

Цікавими аспектами у формуванні образу воїна є відмінність між спрямуванням цивільних та військових джерел інформації: цивільні видання поза активним продукуванням контенту на тематику військово-професійного спрямування приділяють також увагу життю родин військових, деякі з яких можуть містити дискредитуючі елементи.

Не порушуючи основних регламентуючих документів у сфері медіа, цивільні засоби масової інформації вдаються до створення матеріалів компрометуючого та шокуючого спрямування. Наприклад, інформація стосовно української снайперки Євгенії Емеральд, котра мала ситуації стосовно приватного життя, активно висвітлювалися цивільними медіа. Водночас, військові видання як основний іміджмейкер сектору безпеки та оборони уникає подібних питань.

Окремим аспектом є попит медіа у контексті егалітарних засад: питання гендерної рівності активно обговорюються в медіа з 2014 року, увага громадськості активно прикута до цих питань у тому числі. У зв'язку з несанкціонованим вторгненням армії РФ в Україну, кількість жінок у складі сектору безпеки та оборони помітно зросла.

Жінки-військові долучаються не лише до питань забезпечення, але й беруть активну участь у бойових діях у складі бойових підрозділів. Образ жінки-військової вимагає постійної уваги у відслідковуванні, особливо, у контексті геополітичних, економічних та військових змін, що впливають на трансформації протягом збройного конфлікту з боку росії в Україні з 2014 року.

Проведений контент-аналіз деяких видань дозволяє також припускати стабільну зверненість медіа до проблематики військового життя: за осінній період яскравих сплесків чи зменшення уваги не помічено.

Військові засоби масової комунікації, у свою чергу, більшу увагу звертають до контенту з передових ліній оборони, що найбільше впливають на формування образу воїна у цивільних осіб. У зв'язку з цим, велика увага військових кореспондентів прикута до зовнішнього вигляду військових, наповнення відповідей, конотацій ідей та наративів.

Український військовослужбовець також уособлюється з професійністю, оскільки армія

постійно модернізується: використовується озброєння нового типу, військові регулярно проходять навчання закордоном, вводяться стандарти НАТО з підготовки військових й тактик ведення бойових дій. Комплекс дій, спрямованих на удосконалення армії потужно впливає на сприйняття громадськістю образу військового, тому що в громадській думці закріплюється установка про професіоналізм та високий рівень дисципліни Збройних Сил України.

#### Список літератури:

1. Гальперін І. Р. Текст як об'єкт лінгвістичного дослідження. Київ, 1981. 152–154 с.
2. Глазнюк Л. М. Основні категорії естетики. Київ, 2011. 124 с. URL: <https://textbook.com.ua/etika-ta-estetika/1473446659/s-3>.
3. Битва за Донецький аеропорт. URL: Київ, 2022, 125 с. <https://armyinform.com.ua/2022/01/20/bytva-za-doneczkij-aeroport-hronika-podvygu-czyfry-faktyznachennya-ta-uroky/>.
4. Закон України: Про Збройні Сили України. Київ: Міністерство Юстиції України, 1992. 2 с. URL: [https://zakononline.com.ua/documents/show/154375\\_\\_597066](https://zakononline.com.ua/documents/show/154375__597066)
5. Наказ Головнокомандувача Збройних Сил України № 73. Київ, 2022. URL: [https://www.mil.gov.ua/content/mou\\_orders/nakaz\\_73\\_zi\\_zminamu.pdf](https://www.mil.gov.ua/content/mou_orders/nakaz_73_zi_zminamu.pdf).

#### **Hudz A. V. GENRE AND THEMATIC FEATURES OF THE CONTENT THAT FORMS THE IMAGE OF SOLDIERS-DEFENDERS OF UKRAINE**

*The article is devoted to the study of the content of some civilian and military media for the purpose of forming the image of a warrior, including the study of some aspects of materials about women in the military. The author analyzes genre and thematic features, connection with the audience, and other characteristics and connotations of the materials.*

*For this purpose, the materials in the online media during the autumn period (September-November 2023) are studied. The main topic of the research is to study the trends in the mentioning of the events of the large-scale invasion, which affect the formation of the image of a warrior.*

*Currently, the Armed Forces of Ukraine have about 250 thousand military personnel, including more than 62 thousand women. Their main activity is performing tasks on the front lines of defense. It is important to note that the number of women performing tasks on the front lines is the largest in the modern history of Ukraine. Given the requests for information, the need to study materials about servicewomen and their images in society is important to research and study.*

*The leading role of the media in influencing public opinion suggests the importance of the media in the further integration of war veterans, including women servicewomen, into society and their functioning in it.*

*One of the elements of the study is to examine the common and distinctive features of the military (ArmyInform, Central TV and Radio Studio of the Ministry of Defense of Ukraine) and civilian online media in Ukraine (Suspilne, Channel 24, Censor.net) that shape public opinion.*

*Assessment of the mention and distribution of content about the military, including women servicewomen, allows us to formulate media references to gender issues in the military and in society. A separate item is the study of compromising materials about women servicewomen that discredit the image of a woman servicewoman and affect the image of the Armed Forces of Ukraine. Also, the references to events transformed into news materials on the subject of the activities of women servicewomen are studied.*

**Key words:** *military, female soldier, combat operations, egalitarian principles, image of a warrior, public opinion, military media.*

**Савчук Р. Л.**

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

**Шевчук Г. І.**

Мала академія наук учнівської молоді Івано-Франківської міської ради

## ДОКУМЕНТАЛЬНІ ПРОГРАМИ-СПОГАДИ ПРО ГЕРОЯ УКРАЇНИ ВІТАЛІЯ МЕРІНОВА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ

*У статті з'ясовано спільні риси документалістики та журналістики; простежено сутність поняття документального фільму, окреслено його мету та основні риси (репрезентація реальних подій, людей, місць; фактична інформація; об'єктивність; авторський підхід тощо). Охарактеризовано специфіку документальної програми-спогаду: це телевізійна (чи кінематографічна) програма, яка презентує реальні відгуки людей про події, ситуації або періоди в їхньому житті, про інших людей. У таких програмах зазвичай використовуються інтерв'ю з особами, які безпосередньо пережили певні події або були їх свідками, а також архівні матеріали, свідчення та інші докази. Закцентовано, що документальні програми є важливим інструментом журналістики, адже показують об'єктивну реальність, базуються на фактах та достовірних джерелах.*

*У роботі використано такі методи дослідження: аналіз (для детального вивчення задекларованої тематики через дослідження її окремих частин); синтез (для системного поєднання окремих характеристик об'єкта наукової роботи); контент-аналіз (для розгляду специфіки текстового та візуального наповнення досліджуваних документальних програм); узагальнення (для формулювання загальних висновків на основі досліджуваних документальних програм-спогадів).*

*У статті проаналізовано документальний випуск про військовослужбовця Віталія Мерінова у телепроекті «Герої» загальноукраїнського каналу «Рада» та програму-спогад «Незвичайні герої: Віталій Мерінов» із циклу документальних фільмів регіональної телерадіокомпанії «Вежа», зокрема сфокусовано увагу на структурно-змістових особливостях відеоматеріалів, емоційному аспекті у синхронах, візуалізації, музичному оформленні тощо.*

*З'ясовано, що продукування таких документальних фільмів у медіапросторі є необхідним та своєчасним як вшанування пам'яті та виявлення поваги до героїв України; джерело історичної інформації про події воєнного часу; навчання молодого покоління (виховання патріотичних почуттів у сучасної молоді) тощо.*

**Ключові слова:** документалістика, документальний фільм, документальна програма-спогад, Віталій Мерінов, інформаційний простір, телеканал «Рада», телерадіокомпанія «Вежа».

**Постановка проблеми.** У сучасному медіапросторі документальні фільми, програми, репортажі є важливим засобом комунікації, адже показують реальне життя без спотворень чи маніпуляцій. Вони не тільки інформують, але й здатні стимулювати емоції та роздуми аудиторії, залучати її до важливих суспільних проблем. Як стверджує В. Антонов, «через документальні фільми можна отримати доступ до своєрідного генетичного коду нації» [2, с. 135].

Темою новітніх телевізійних документальних стрічок є російська війна в Україні, життя звичайних людей на лінії фронту та у мирних містах під час воєнного стану, героїзм українських військових. Відеосюжети про реальні події допомагають

усім нам зрозуміти, що війна – серйозна загроза для миру і безпеки, а тому варто об'єднатися та підтримувати одне одного.

*Актуальність* теми нашого дослідження полягає в тому, що документальні програми-спогади мають важливе значення для збереження української самобутності та історичної пам'яті нації, адже фіксують життєві історії та подвиги героїв, які можуть бути забуті або спотворені з плином часу. Саме документальні фільми допомагають зберегти правдиву картину минулого та вшанувати неочіненний внесок цих людей у розвиток України.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Зв'язок документалістики з журналістикою, види документальних фільмів, специфіку роботи жур-

наліста в сучасній документалістиці досліджували В. Антонов [2], В. Бакіко [11], А. Дроботенко [6], О. Єфіменко [8], В. Коробко [9], В. Лазебний [11], О. Омелянець [11] та ін. Однак з огляду на відсутність наукових розвідок, присвячених аналізу документальних програм-спогадів про героїв України в медіапросторі, виникає необхідність детального вивчення окресленого питання. Це і зумовило вибір теми нашого дослідження.

**Постановка завдання.** Мета статті – проаналізувати особливості документальних програм-спогадів про героя України Віталія Мерінова в інформаційному просторі, а також з'ясувати значення таких телепроектів. Для реалізації мети вважаємо за доцільне виконання таких *завдань*: визначити особливості документального жанру у сфері журналістики, зокрема розкрити сутність та основні риси документального фільму; простежити специфіку документальної програми про Віталія Мерінова у телепроекті «Герої» загальноукраїнського каналу «Рада»; проаналізувати особливості програми-спогаду «Незвичайні герої: Віталій Мерінов» із циклу документальних фільмів регіональної телерадіокомпанії «Вежа».

**Виклад основного матеріалу.** У новітньому інформаційному просторі, де існує безліч джерел, що висвітлюють різноманітні явища та події, документалістика займає вагомому позицію в медіакультурі. Це і кінодокументалістика, яка об'єднує документальні фільми, телевізійні репортажі, кіножурнали та інші аудіовізуальні елементи. Відокремлено функціонує відеодокументалістика, яка переважно публікується на відеохостингах. Окрім цього, важливими складниками є літературна та фотодокументалістика [8, с. 9].

Спробуємо визначити суть поняття «документальний фільм» та виокремити його основні риси, спираючись на наукові розвідки вчених-журналістикознавців та коментарі журналістів-практиків.

Так, А. Дроботенко у статті «Документальне кіно і журналістика: взаємозв'язок понять», проаналізувавши різні наукові версії документального фільму, зазначає: це те, що базується на реальних подіях, транслює реальні кадри з життя та підкріплене документами [6, с. 5].

В. Лазебний, В. Бакіко, О. Омелянець стверджують, що «документальний фільм – основна форма жанру документального (також неігрового) кіно» [11, с. 68]. Він базується на зйомках реальних подій та осіб і слугує родоначальником для інших жанрів у сфері екранного мистецтва [11, с. 68–69]. Дослідники також вказують: темою для документалістики найчастіше стають історичні події,

культурні та соціальні явища, відомі особистості тощо [11, с. 69]. А. Лісневська та Т. Коженівська додають, що це може бути фільм-портрет, присвячений окремій людині [10, с. 112].

До завдань документального фільму належать: повчальна й освітня місії; дослідження з певною метою (географічне, зоологічне, історичне, етнографічне та ін.); пропаганда (науки, технології, релігії); створення хроніки події (тривале спостереження, репортаж); публіцистика. Жанрова структура документального кіно не тільки не стабільна, але й постійно зазнає передбачуваних змін [11, с. 69].

Оскільки журналістика – процес пошуку, обробки та поширення актуальної соціальної інформації, за допомогою преси, радіо, телебачення, кіно та інших медіа, то саме це і є спільним із документалістикою. Адже документаліст перед створенням фільму збирає свідчення з різних джерел, отримує коментарі від учасників подій та експертів. Тим самим займається і журналіст, щоб написати свій матеріал [6, с. 5–6]. Однак, за словами А. Дроботенко, є й відмінності – вимога оперативності, що має велике значення для журналіста, але може бути проігнорована документалістом. Швидкість подачі готового матеріалу – ключовий фактор для інформаційного жанру журналістики [6, с. 6].

Таким чином, документальне кіно у класичному вигляді можна вважати продуктом журналістської діяльності (відповідно до правил художнього та аналітичного жанрів). Воно повинно містити основні постулати журналістики: правдивість і точність викладеної інформації, різноманіття думок і незалежність автора від зацікавлених сторін у порушеній темі [6, с. 7].

Український журналіст-практик, автор документально-історичних проєктів на «1+1» А. Галімов також вважає журналістику і документалістику близькими поняттями. У своєму інтерв'ю для львівського онлайн-видання «MediaLab» пояснює цю думку так: документаліст фільмує, фіксує, показує, що відбувається насправді; передає через картинку певне явище, тенденцію та людину; відкриває нову, реальну і невігдану інформацію. Фактично робить усе те саме, що й журналіст. Далі А. Галімов підсумовує, що документалістика – це і є журналістика, однак не у класичному розумінні («інформування»), а в поєднанні з художніми формами [1].

В. Коробко констатує: жанри сучасної телевізійної журналістики, які поєднуються з елементами художньо-публіцистичного стилю, завжди перебувають на межі між журналістикою та драматургією.

У них взаємодіють документальні і художні аспекти. Ці елементи є рівноправними, оскільки лише в поєднанні здатні досягти своєї мети – впливати на розум та почуття глядачів [9, с. 58].

Отже, у сфері журналістики документальний жанр визначається як процес створення та відтворення реальних подій, фактів та історій з метою об'єктивного відображення світу перед глядачами або читачами. Основна ціль документального фільму полягає у використанні медійних інструментів для поширення достовірної інформації, стимулювання громадської свідомості.

Зараз документальний жанр є надзвичайно популярним, що підтверджено кількісним зростанням та різноманітністю його продукції. Зрештою документальні проєкти майже ніколи не вичерпують унікальні теми для трансляції, адже історія твориться кожен день [8, с. 14]. Найбільш поширеним у наш час є відтворення реальності, тісно переплетеної з війною в Україні.

За твердженням О. Єфіменка, актуальність документального жанру залишається незмінною, оскільки людям потрібні такі фільми як джерело правди. І це зрозуміло, враховуючи кількість фейків та брехні та ілюзій, які сьогодні заповнюють наш інформаційний простір [8, с. 26].

Можна вважати, що документальні програми зараз є важливим інструментом журналістики, адже показують об'єктивну реальність, базуються на фактах та достовірних джерелах.

Документальна програма-спогад – це телевізійна (чи кінематографічна) програма, яка презентує реальні відгуки людей про певні події, ситуації або періоди в їхньому житті. У таких програмах зазвичай використовуються інтерв'ю з особами, які безпосередньо пережили різні події або були їх свідками, а також архівні матеріали, свідчення та інші докази.

Мета документальних програм-спогадів – це збереження історії, розповідь про людей, певні події з перших уст та трансляція реальних життєвих ситуацій.

На наш погляд, у час війни найбільш актуальними та необхідними є документальні телепроєкти, які розповідають про дійсність без прикрас. Водночас сучасні відеосюжети відображають героїзм та мужність українського народу, наповнюючи нас гордістю за рідну країну.

Так, на своїй Youtube-сторінці телеканал «Рада» запустив проєкт «Герої» [5], щоб розповісти про долю тих, хто віддав своє життя, здоров'я та спокій заради інших. Телепроєкт складається із серії документальних історій про героїв України – військових чи людей різних профе-

сій, які не мали бойового досвіду, однак після 24 лютого 2021 року стали на захист батьківщини (зафіксовано 17 відеоматеріалів).

Вважаємо, що цикл документальних фільмів про героїв України виконує важливу роль у збереженні та популяризації нашої історії, а також сприяє вихованню громадянської свідомості та почуття патріотизму. Допомагає сформувати у сучасної молоді розуміння значення героїв і необхідність вшанування їхньої пам'яті.

Саме таку місію має відеосюжет про українського спортсмена, заслуженого майстра спорту, чотирикратного чемпіона світу з кікбоксингу, воїна Національної гвардії України, відомого іванофранківця Віталія Мерінова [4] із циклу документальної програми «Герої» загальноукраїнського інформаційно-аналітичного каналу «Рада» [5], який ми обрали для аналізу.

Варто зазначити, що команда журналістів дотримується певної ідеї, сценарію, сконцентрувавши свою увагу на зображенні героя у різних життєвих ракурсах: сімейному, професійному та військовому. Сценарій вибудовано з епізодів реального життя.

**Короткий опис:** документальна програма містить інтерв'ю з Віталієм Меріновим, його матір'ю, дружиною, побратимом та вихованцем спортивного клубу. Початок і кінцівка програми – синхрон ведучої.

**Дата:** під відеосюжетом зазначено дату 7 травня 2023 р., яка вказує, що матеріал вийшов після загибелі героя (30 березня 2023 р.).

**Час** короткометражного фільму: 11 хвилин 52 секунди. **Тривалість** епізодів різна. Переважно вони короткі, хоча, на нашу думку, містять усю необхідну інформацію, яку журналісти намагалися донести до аудиторії.

**Місце зйомки:** місто Івано-Франківськ (спортивний клуб Віталія Мерінова, парк, центр міста). Вважаємо, що саме така локація для зйомок є найбільш вдалою: не просто фоновою, а насамперед створює певну атмосферу в кадрі.

**Герой випуску:** Віталій Мерінов. **Учасники:** ведуча – Олена Мороза, мати героя – Надія Мерінова, дружина – Віта Мерінова, побратим – Андрій, вихованець героя – Андрій Розвадовський.

**Субтитрами** вказано ім'я та прізвище тих, хто говорить у кадрі. Прізвище не зазначено тільки у представленні військовослужбовця, що був побратимом Віталія Мерінова.

Окрім назви та дати, є **лід** (представлення сюжету [10, с. 165]; текстовий опис, тобто те, що бачать люди ще не почавши перегляд відео), де використано життєве кредо героя: «*Перемагає*



той, хто вміє піднятися». У ліді також зазначено, що під час повномасштабної війни Віталій Мерінов змінив ринг на фронт. Згодом був поранений під Мар'їнкою, повернувся у рідний Івано-Франківськ, щоб відновити сили та знову стати до бою на передовій [4]. Фактично, ці короткі речення відображають суть документальної історії.

Вагому роль відіграють як текстові, так і **візуальні елементи**. На початку кожної історії акценти зроблено на висловах «Дати бій сильнішому», «Пожертвувати всім», «Віддати останнє», «Ризикнути собою», які «виринають» у фільмі в синьо-жовтих забарвленнях на фоні реальних фотографій, що є фрагментами різних воєнних дій, людей, військової техніки тощо, а також із відповідним музичним супроводом. На 12 секунди переглянутого відеоматеріалу зацентровано увагу на світлині героя у військовому спорядженні, далі показано обличчя великим планом, після того (на 14 секунди) – відео із позицій військового, зняте на телефон, очевидно, побратимами. Загалом у програмі дисонують яскраві кадри цивільного життя спортсмена із темно-сірими – його перебуванням на полі бою.

Власне, слід звернути увагу на візуалізацію, завдяки якій досягається динамічність [10, с. 63] сюжету, взаємодія візуальних фрагментів (образів) зі словами (синхронами) для істинності передавання інформації [10, с. 93]. Так, фотографії та короткі відео використано для підсилення реальності змістового навантаження документального матеріалу: герой у військовій формі та у спортивному костюмі; фотографії під час синхрону матері героя (розповідає про синове захоплення спортом ще з дитинства) – світлини з дитячого альбому, спільні сімейні фото тощо.

Зацентровано увагу і на **деталях**, зокрема з різних ракурсів декілька разів у фільмі показано заслуги Віталія у спорті – медалі, кубки, нагороди.

Документальне відео містить **емоційний аспект**: розмова кореспондентки з матір'ю та дружиною Віталія Мерінова (їхні спогади про 24 лютого 2021 року; переживання та небажання відпустити Віталія на війну); відео зустрічі героя з дружиною та маленькою донечкою у центрі міста, спільна прогулянка. Загалом аналіз поведінки журналістки Олени Морозової з героями сюжету, її формулювання запитань більше нагадують звичайну бесіду (щирі розмови), аніж інтерв'ю.

Ведуча документальної програми **починає** розповідь зі слів, розміщених у ліді, на тлі панорами міста (локація – Івано-Франківськ). Далі журналістка спілкується з героєм на рингу у його власному спортивному клубі «СПЗ», що функці-

онує з 2012 року. Віталій пишався, що в його залі виростають патріоти країни (зараз багато з них захищає Україну).

Показано фрагменти тренування з боксу під керівництвом Мерінова. Записано синхрон його вихованця Андрія Розвадовського, який згадує: Віталій навіть із місця бойових дій знаходив час «написати» поради щодо тренування. Це також впливає на формування образу героя – він був відповідальний у своїй справі.

Побратим Андрій (прізвище замовчується) згадує настанову, як Віталій учив його: «*Ти займешся, займаєшся, займаєшся. Тобі важко. Як би не хотілось тобі покинути зал, ти маєш йти до кінця. Так само і на війні. Як тобі не важко, наприклад, тебе обстрілюють з усіх сторін, а ти тримаєшся і так тримаєшся до кінця*». Те, що допомагало героєві у спорті, допомагало й на полі бою. Він ніколи не здавався.

Ми виокремили декілька **цитат** Віталія Мерінова, які, на наш погляд, є надзвичайно важливими, адже характеризують самого героя, його сприйняття війни, воєнний досвід. На запитання журналістки, чому після поранення знову повернувся на фронт, відповідає: «*Кожен громадянин, кожна людина боїться за своє життя, але не має якогось такого страху, щоб не йти туди знову. Ти розумієш, що кожної миті тебе можуть вбити, але ти розумієш те, що є ще й інші цінності, за які варто боротися*».

Віталій порівнює бій на рингу та бій на війні: «*У рингу бій за правилами: спортсмени знають, куди можна бити, а куди не можна бити. У битві з російським варваром: вони не дотримуються правил війни*».

На запитання ведучої, чи є місце мріям на війні, акцентує: «*Хто не має мрій, то не варто, напевно, йти в той окоп*». Далі зазначає, що людина повинна жити навіть не мріями, а цілями. Для Віталія головна мрія – Україна повинна перемогти на полі бою; щоб у нашій державі запанував мир; щоб наші діти ніколи не чули звуків сирен та більше ніколи не бачили ракет, які прилітають у мирні міста. А далі інші мрії – жити нормальним життям.

**Завершується** документальна історія підсумковою тезою ведучої: «*Віталій Мерінов – приклад незламності України, сміливості, внутрішньої сили та того, що на шляху до своєї мрії, попри біль та складнощі, не можна здаватися*». Саме ці слова мотивують нас до роздумів про героїзм, відвагу та мужність військовослужбовця, який віддав своє життя за Україну.

Отже, телевізійний проєкт «Герої» загальноукраїнського каналу «Рада» спрямований на поширення інформації про життєвий шлях героїв України, їхні досягнення (подвиги), безцінний внесок у суспільство та країну в цілому.

Слід зазначити, що регіональна телерадіокомпанія «Вежа» також започаткувала свій цикл документальних програм-спогадів про загиблих у російсько-українській війні іванофранківців під назвою «Незвичайні герої» [12]. Фільми знято про тих, хто, не роздумуючи, став на захист України і загинув заради неї [3].

Ми зафіксували 25 документальних програм про воїнів із Івано-Франківська, але є також і окремі спецвипуски, де зібрано декілька розповідей.

Ці історії абсолютно різні і водночас дуже схожі – емоційні, сповнені відчаю, болю, а ще – гордості рідних за те, що їхні чоловіки не уникали повісток. Перед ними не було вибору, чи йти на передову [3].

У **ліді** до кожного відеоматеріалу зазначено: про своїх найрідніших розповідають їхні дружини, діти, батьки, а також побратими. Цей телепроєкт присвячено пам'яті тих, хто захищає нас із неба і заради спокою тих, хто плаче за ГЕРОЯМИ на землі [12].

Як бачимо, ключовим є слово «ГЕРОЇ», записане великими літерами. Очевидно, для того, щоб привернути увагу, підкреслити важливість, значущість, велич тих, кого так іменовано. Акцент зроблено і на слові «Незвичайні», щоб підсилити особливість героїв: тільки незвичайні люди здатні на подвиги та жертвовність заради інших, заради своєї батьківщини.

В одному із відеосюжетів журналістка телерадіокомпанії «Вежа» Ольга Смага зізнається, що знімати такі сюжети важко і непросто дивитися їх. Однак варто витратити 15 хвилин свого часу, щоб побачити, як звичайні чоловіки перетворилися на незвичайних героїв [3].

Власне, таким незвичайним героєм документальної програми телерадіокомпанії «Вежа» і героєм України, який віддав своє життя за її захист, став іванофранківець Віталій Мерінов [13].

Спробуємо проаналізувати переглянутий фільм.

**Короткий опис:** відеоматеріал містить біографічну довідку про Віталія Мерінова; синхрони – спогади дружини, друга та двох побратимів.

**Дата** короткометражного фільму: 28 квітня 2023 р. Сюжет вийшов після смерті військовослужбовця. **Тривалість:** 12 хвилин 19 секунд. **Місце зйомки:** місто Івано-Франківськ (площа Міцкевича, меморіальний сквер).

**Учасники фільму:** дружина – Віта Мерінова, кум і друг – Іван Грушка, побратими – Андрій та Мирослав.

**Субтитрами** вказано ім'я та прізвище тих, хто мовить у кадрі, окрім військовослужбовців-побратимів героя. Присутній закадровий голос ведучого (на 32 секунді), що озвучує текст на екрані – коротку біографічну довідку про загиблого воїна.

Фільм **починається** із заставки – пазлів, які складаються з фотографій українських захисників із бойовою технікою, на якій майорять синьожовті стяги. На початку у кадрі з'являється дружина загиблого Віталія Мерінова – Віта Мерінова. Вона звертається до Президента України з проханням присвоїти її чоловікові почесне та заслужене звання «Герой України» з удостоєнням ордена «Золота Зірка», адже герой віддав за волю та незалежність України найцінніше – своє життя.

Зазначимо, що електронну петицію, оприлюднену на вебсайті Офіційного інтернет-представництва Президента України, щодо присвоєння звання «Герой України» Віталію Мерінову за лічені дні підписало 25 526 українців [7]. «За результатами комплексного розгляду зазначеною експертною групою відповідних матеріалів та на підставі подання про відзначення державною нагородою, внесеного в установленому порядку Міністерством внутрішніх справ України, прийнято рішення щодо нагородження орденом «За мужність» III ступеня Мерінова Віталія Олександровича (посмертно)» [7].

Далі – закадровий голос ведучого, а на екрані фотографія героя у військовій формі (зроблена в окопі) та короткі відомості про нього (на 33 секунді): *«Мерінов Віталій Олександрович. 32 роки. Чотириразовий чемпіон світу з кікбоксингу, член виконавчого комітету Івано-Франківської міської ради. Став на захист України у перший день повномасштабного вторгнення. Старший солдат, гранатометник 50-го полку Національної гвардії України. 31 березня 2023 року помер у лікарні, після важкого поранення на Луганщині. Одружений, виховував дворічну дочку Лею»*. Зауважимо, що те саме фото Віталія, але вже чорно-біле, використано наприкінці фільму із написом «Пам'яті Віталія Мерінова».

Загалом варто відзначити важливість **ілюстративних елементів** та **музичного оформлення** у документальному відеоматеріалі, які постійно присутні у кадрі та є синхронними із розповідями дружини, друга та побратимів. Постійно «виринають» світлина та відео (переважно зняті на телефон), на яких Віталій радісний із сім'єю (дру-

жиною та донечкою), з друзями, зі спортивною командою, з побратимами. Так, під час синхрону з дружиною Вітою Меріною, за її спиною, на стіні, простежується ціла мозаїка їхніх яскравих та позитивних сімейних фотографій (на деяких кадрах знято великим планом).

Зосередимо увагу на окремих **синхронах**, які можна охарактеризувати як емоційно навантажені.

Саме такими є спогади дружини, надзвичайно болісними (їй важко стримати сльози), однак і важливими для неї, адже містять різні фрагменти: від щасливих спільних моментів до важких днів розлуки та горя. Вони хоч і наповнені сумом та тугою, але водночас є нагадуванням про силу, мужність і героїзм її чоловіка.

Емоційними (змішаними з горем та втратою) можна охарактеризувати спогади друга Івана та побратимів – Андрія і Мирослава. Кожен із них ділиться своїми унікальними споминами, які створюють цілісну картину про загиблого героя.

Іван Грушка більш піднесено згадує про Віталія: як вони з 2007 року брали участь у різних спортивних змаганнях, зборах, разом тренувалися, відпочивали (у кадрі підтверджено спільними фотографіями), а 2009 року їздили на чемпіонат світу в Італію. Акцентує на тому, що його друг-герой був надзвичайно щирою, позитивною людиною (*«любив життя»*), обожнював гратися з дітьми (*«він любив дітей і діти його любили, бо він дуже щиро з ними грався»*); у кадрі показано відео, зняте на телефон), жартувати, розігрувати друзів.

Побратими згадують спільні випробування, які пережили на війні, як виконували бойові завдання, отримали перші поранення. Пам'ятають Віталія добрим другом, сильним та витривалим спортсменом, мужнім воїном, відданим своїй справі – до кінця стояти на захисті батьківщини і не здаватися. Зі слів Мирослава, Віталій завжди повторював, що Бог з нами, тому все буде добре.

Побратим Андрій згадує їхню зустріч у військовій частині, як радів, що воюватиме разом з другом; потім – бойові дії під Кремінною, оборону Мар'їнки. Розповідає про останнє поранення Віталія, коли той у важкому стані ще знаходив сили спілкуватися з хлопцями (*«Це була людина, яка мала сили на все»*). Андрій жаліє, що не зміг попрощатися з другом. Демонструє свої останні повідомлення в телефоні, які так і залишилися без відповіді.

**Наприкінці** фільму фрагментарно у чорно-білих тонах показано прощання іванофранківців із героєм (біля церкви) та їхні вигуки: *«Герою України Віталію Мерінову – Слава! Слава! Слава!»*.

Хоч і важко переглядати весь відеосюжет, але однозначно – варто кожному, насамперед для того, щоб розуміти і не забувати, яка ціна української свободи та незалежності.

Вважаємо, що фіксування таких історій допомагає зберегти, відтворити та розповісти про подвиги тих, хто до останнього боровся за Україну. Документальні фільми насамперед необхідні для виховання патріотичних почуттів у сучасній молоді, оскільки нагадують про важливість героїзму та національного самовизначення.

**Висновки.** Отже, проведене дослідження дає підстави стверджувати, що документальний жанр у сфері журналістики охоплює створення та відображення реальних подій, фактів, історій з метою показати глядачам або читачам об'єктивну картину світу. Актуальність документального жанру не змінюється, оскільки він є джерелом правди.

Аналіз документального випуску про військовослужбовця Віталія Мерінова у телепроекті «Герої» загальноукраїнського каналу «Рада» та програми-спогаду «Незвичайні герої: Віталій Мерінов» із циклу документальних фільмів регіональної телерадіокомпанії «Вежа» підтверджує необхідність та своєчасність продукування таких фільмів-історій про героїв України в медійному просторі, адже вони мають важливе значення: вшанування пам'яті та виявлення поваги до героїв України (дають можливість суспільству більше дізнатися про життя, подвиги та жертву тих, хто боровся за нашу свободу та мир); збереження історії (виступають достовірним джерелом історичної інформації про події воєнного часу, адже фіксують персональні свідчення героїв та їх побратимів, спогади рідних, людей, які пережили війну; розширюють наше розуміння історії та її впливу на суспільство); навчання молодого покоління (допомагають зрозуміти жорсткість воєнного конфлікту, дій, які відбуваються на полі бою; демонструють силу людської волі, мужності, відваги й героїзму, що може стати прикладом для наслідування) тощо.

Перспективним для подальших досліджень вбачаємо детальний аналіз інших документальних фільмів, присвячених героям України.

Список літератури:

1. Акім Галімов: «Стандарти документалістики залежать від совісті і власних меж» [інтерв'ю]. *MediaLab*. 12.10.2016. URL: <http://surl.li/mqfmk> (дата звернення: 20.01.2024)
2. Антонов В. Документальні програми «БІ-БІ-СІ» природознавчого характеру: історія становлення та функції. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2022. Вип. 51. С. 134–143.
3. В ефірі ТРК «Вежа» стартував проєкт «Незвичайні герої». *Телерадіокомпанія ВЕЖА*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DQxAxU5rj7s> (дата звернення: 10.02.2024)
4. Герої. Віталій Мерінов. *Телеканал «Рада»*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jxjGXiGjhm8> (дата звернення: 10.02.2024)
5. Герої. *Телеканал «Рада»*. URL: <http://surl.li/qthue> (дата звернення: 10.02.2024)
6. Дроботенко А. Е. Документальне кіно і журналістика: взаємозв'язок понять. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*. Вип. 11. 2017. С. 4–7.
7. Електронні петиції. №22/186934-еп. Присвоїти звання «Герой України» Віталію Мерінову. URL: <https://petition.president.gov.ua/petition/186934> (дата звернення: 12.02.2024)
8. Єфіменко О. О. Специфіка роботи журналіста в сучасній документалістиці. Київ, 2022. 76 с. URL: <http://surl.li/osdkn> (дата звернення: 20.01.2024)
9. Коробко В. І. Характеристика телевізійної документалістики у дискурсі журналістикознавства та її форми. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. V(23), I.: 139. 2017. Р. 57–60.
10. Лісневська А., Коженівська Т. Мистецтво телевізійного репортажу: навч.-метод. посіб. Луганськ: Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. 190 с.
11. Лазебний В. С., Бакіко В. М., Омелянець О. О. Організація телевізійного виробництва: конспект лекцій: навч. посіб. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 162 с.
12. «Незвичайні ГЕРОЇ». *Телерадіокомпанія ВЕЖА*. URL: <https://www.vezha.org/za-i-proty-copy-3/> (дата звернення: 12.02.2024)
13. «Незвичайні ГЕРОЇ»: Віталій Мерінов. *Телерадіокомпанія ВЕЖА*. URL: <https://www.vezha.org/nezvychajni-geroyi-vitalij-merinov-video/> (дата звернення: 12.02.2024)

**Savchuk R. L., Shevchuk H. I. DOCUMENTARY PROGRAMS-MEMOIRS ABOUT THE HERO OF UKRAINE VITALIY MERINOV IN THE INFORMATION SPACE**

*The article explores the common features of documentary filmmaking and journalism, elucidates the essence of the concept of a documentary film, outlines its purpose and main characteristics (representation of real events, people, places; factual information; objectivity; authorial approach, etc.). The specificity of documentary memoir programs is characterized as television (or cinematic) programs that present real reflections of people on events, situations, or periods in their lives, and about other people. Such programs typically utilize interviews with individuals who directly experienced certain events or witnessed them, as well as archival materials, testimonies, and other evidence. It is emphasized that documentary programs are an important tool in journalism, as they show objective reality, based on facts and reliable sources.*

*The research employs the following methods: analysis (for a detailed study of the declared theme through the investigation of its individual parts); synthesis (for the systematic combination of individual characteristics of the object of scientific work); content analysis (for examining the specificity of the textual and visual content of the researched documentary programs); generalization (for formulating general conclusions based on the studied documentary memoir programs).*

*The article analyzes the documentary episode about the military serviceman Vitaliy Merinov in the television project «Heroes» of the nationwide channel «Rada» and the memoir program «Unusual Heroes: Vitaliy Merinov» from the series of documentary films of the regional television and radio company «Vezha». The focus is particularly on the structural-content features of video materials, emotional aspects in synchronies, visualization, musical design, etc.*

*It is clarified that the production of such documentary films in the media space is necessary and timely as a tribute to the memory and a demonstration of respect for the heroes of Ukraine, a source of historical information about events during wartime, and education for the younger generation (cultivation of patriotic feelings in contemporary youth), etc.*

**Key words:** *documentary, documentary film, documentary program-memoir, Vitaliy Merinov, information space, channel «Rada», television and radio company «Vezha».*

**Шульська Н. М.**

Волинський національний університет імені Лесі Українки

**Зінчук Р. С.**

Волинський національний університет імені Лесі Українки

**Науменко Л. М.**

Державний податковий університет

## (НЕ)КОРЕКТНА ЛЕКСИКА В СУЧАСНІЙ МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ: ЕТИЧНІ НОРМИ ТА МОВНА ПРАКТИКА

У статті структуровано та комплексно проаналізовано чутливий медіаконтент щодо коректності / некоректності номінацій осіб окремих спільнот. Закцентовано увагу на назвах людей етнічних і соціальних груп, представлених у мові сучасних ЗМІ. Запропоновано релевантні відповідники, що корелюють із правилами соціального та мовного етикету, а також засвідчують дотримання професійних стандартів. У полі зору перебували медіатексти, у яких представлені номінації, що порушують етичні норми та мовну культуру. Проаналізовано некоректні номінації людей за етнічною належністю, гендерними стереотипами, віковими особливостями, соціальним статусом. Зафіксовано гіперболізовані заголовки з виразними оцінними ярликами, що є виявом недотримання професійних стандартів. Мовна практика засвідчує, що медійники порушують журналістику толерантності, вдаючись до етично некоректних словосполук чи висловлювань. Зауважено, що некоректні номінації представлені як у заголовковому комплексі публікацій, так і в самому текстовому наповненні матеріалів. З'ясовано, що подібні висловлювання щодо певних категорій людей породжують так звану мову ворожнечі, тому вони невиправдані в медіакомунікації. Зазначати відповідні ознаки особи чи групи осіб необхідно лише у випадках, коли ця інформація важлива, тобто є неодмінною складовою публікації. У висвітленні історій про жінок і чоловіків важливо зважати на гендерну чутливість тексту. Усеохопність й об'єктивність дослідження забезпечило використання низки методів: описового, за допомогою якого систематизовано й схарактеризовано мовні одиниці, що перебувають поза межами етичних норм і журналістської толерантності; контекстуального аналізу, використаного з метою виявлення та з'ясування ролі некоректної лексики й термінології в межах аналізованих текстів; комунікативно-прагматичного аналізу, за допомогою якого з'ясовано вплив чутливого контенту на реципієнтів, зокрема вразливі групи населення.

**Ключові слова:** (не)коректна лексика, медіакомунікація, чутливий контент, етичні норми, мовна практика.

**Постановка проблеми.** Український медійний простір початку XXI століття вирізняють стрімкий розвиток і модернізація, що, з одного боку, ставить перед авторами різноматематичних та різножанрових текстів сучасних ЗМІ нові завдання й виклики, а з іншого – передбачає творення якісного матеріалу з дотриманням мовних норм і професійних стандартів, серед яких оперування перевіреними фактами, об'єктивність, точність і повнота інформації, неупередженість та незаангажованість у передаванні новинного, зокрема й чутливого контенту. У цьому аспекті важливо пам'ятати, що в центрі журналістського тексту завжди перебуває людина. Медійні матеріали сьогодні нерідко

фіксують історії про долі людей, інформують про особисті цінності та проблеми вразливих груп населення, що зобов'язує автора вміти емпатійно співпереживати, керуватися нормами суспільної моралі, намагатися не завдати шкоди та психологічної травми як читачеві, так і тому, про кого йдеться в публікації. В умовах війни часто доводиться писати про соціально незахищені верстви населення, які не можуть без сторонньої допомоги подбати про себе, а також повідомляти про болючі для українців теми, злочини різних за національністю, сферою діяльності, віковими ознаками осіб, у контексті чого набуває актуальності питання про дотримання морально-етичних

норм. Важливо, аби в боротьбі за сенсаційність не вийти за межі журналістської толерантності й за допомогою коректної лексики та термінології донести до читача потрібну інформацію.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемі соціально чутливої журналістики присвячено чимало наукових праць, автори яких зосереджують увагу на важливості формування правильних цінностей. Стверджують також про необхідність уникати некоректних і маніпулятивних висловлень, послуговуватися етичною лексикою, а також подають конкретні рекомендації щодо мови медійних матеріалів. Із цього приводу Я. Пукало зауважує, що «слова, значення яких здається очевидним, можуть бути недоречними й упередженими. А медіа, які пишуть на соціально важливі теми, створюють ілюзію толерантності та популяризують лексику, яка підтверджує стереотипні уявлення про різні верстви населення» [6]. У цьому контексті Х. Дацишин порушила питання мовної толерантності в назвах осіб старшого віку й визначила можливості медіа у формуванні й руйнуванні стереотипів [4]. Дослідниця звернула увагу на слова та словосполучення, які містять супровідне пейоративне значення, а тому потребують заміни на позитивно забарвлені або нейтральні лексеми, що сприятиме «не тільки змінам у громадській думці, а й новому усвідомленню літніми людьми свого способу життя і своїх можливостей» [4, с. 92]. Невеликий словник коректних номінацій осіб на позначення окремих груп людей пропонує О. Голуб у практичному посібнику «Медіакомпас: путівник професійного журналіста» [3].

Цінним є дослідження Н. Шульської, Н. Костусяк та інших авторів, у якому схарактеризовано некоректні номінації осіб у медіачутливому контенті [9]. Інші науковці також працюють у цьому напрямку. Так, Н. Пікула схарактеризувала номінації осіб похилого віку, представлені в польському медіапросторі, зокрема в молодіжних журналах, газетних публікаціях, інтернет-порталах, рекламних та інформаційних програмах [7]. Питання політичної коректності в англійському медійному дискурсі знайшли віддзеркалення в статті С. Алексенко. Авторка схарактеризувала етичні мовні засоби на позначення раси й національності [1]. Окрім того, цінними вважаємо надруковані в медійних виданнях поради для журналістів. Про те, як можна і не можна говорити про людей, зауважує І. Андрейців, пропонуючи «словничок освіченого українця» [2]. Дослідники також розглядають некоректні номінації як вияв мови ворожнечі в сучасному медіапросторі під час російсько-української війни [8].

Попри наявність різних за тематичним і жанровим діапазоном публікацій, що виявляють стосунок до соціально чутливої журналістики, нині бракує наукових праць, присвячених дослідженню етично (не)коректних номінацій осіб в українському інформаційному полі. Порушену проблему вважаємо актуальною, оскільки вона скеровує до надважливих проблем сьогодення, серед яких – формування поваги до професійних стандартів, етичних норм та мовної практики.

**Постановка завдання.** Мета роботи – виявити, структурувати та комплексно проаналізувати чутливий медіаконтент, зокрема дослідити некоректні назви людей різних етнічних та соціальних груп, представлені в мові сучасних українських ЗМІ, запропонувати релевантні відповідники, що корелюють із правилами соціального етикету.

Матеріалом дослідження обрано присвячені важливим соціальним проблемам медіатексти, у яких представлені мовні одиниці – назви осіб різних соціальних груп. Об'єктивність і всеохопність дослідження забезпечило використання низки методів: *описового*, за допомогою якого систематизовано й схарактеризовано мовні одиниці, що перебувають поза межами етичних норм і журналістської толерантності; *контекстуального аналізу*, використаного з метою вияву та з'ясування ролі некоректної лексики й термінології в межах аналізованих текстів; *комунікативно-прагматичного аналізу*, мета якого – з'ясувати вплив чутливої інформації на реципієнтів, зокрема вразливі групи населення.

**Виклад основного матеріалу.** Аналізуючи соціально чутливий медіаконтент, виявляємо непоодинокі вживання некоректних номінацій з указівкою на етнічну, національну чи расову належність героя матеріалу. До таких порушень відносимо невинуватене вживання лексеми *цигани*, особливо в негативному контексті, створеному під впливом стереотипів, що часто породжує мову ворожнечі. Цю некоректність кваліфікуємо як недотримання професійних норм, адже відповідно до Кодексу етики українського журналіста «ніхто не може бути дискримінований через свою статтю, мову, расу, релігію, національне, регіональне чи соціальне походження або політичні вподобання» [5]. Коли журналісти висвітлюють людські історії, важливо пам'ятати, що зазначати відповідні ознаки особи чи групи осіб необхідно лише у випадках, коли ця інформація важлива, тобто є неодмінною складовою публікації. Під час приниження чи дискримінації за певними ознаками у висловлюваннях виникає риторика ненависті.

Аналіз сучасних медіатекстів засвідчив, що журналісти, на жаль, непоодинокі нехтують етичними нормами, адже формулюють заголовки, що демонструють не лише некоректні номінації, але й негативний контекст, який може призвести до розпалювання мови ворожнечі, пор.: «**Цигани** як невід’ємна частина луцької автостанції» («Конкурент», 29.05.2019); «**Женяться цигани** з українцями. Помінялася нація» («Волинь», 29.07.2020); «**Українське село повстало проти свавілля циган**» («ТСН», 19.01.2018); «**Розгром циганського табору на Лисій горі: з’явилося відео**» («ТСН», 25.04.2018); «**Лучанку розсердила навала циган на автостанції**» («Волинь», 03.02.2019); «**“Цигани-попрошайки з п’яними дебошами” на луцькій автостанції дістали чоловіка**» («Конкурент», 26.04.2023). Замість цього екзоніма експерти пропонують частіше послуговуватися лексемами *роми*, *люди ромської національності*. Проте тут виникають деякі суперечності, адже не всіх згаданих представників ми можемо називати ромами, а лише тих, які справді етнічно походять із ромів і які розмовляють ромською мовою. Є така група циган, які називають себе сінді і аж ніяк не ідентифікуються з ромами. До того ж, слово «циган» є в багатьох інших мовах, а не лише українській. Очевидно, у медіа важливий сам контекст, пов’язаний із цією етнічною групою, а не те, яке слово вживаємо.

Виявом риторики ненависті є використання некоректних лексем для номінації осіб афроамериканської національності, а саме: *негр*, *нігер*, *темношкірий*, *чорний*, які мають в медіаконтексті зазвичай негативну конотацію: «**У Луцьку напали на негрів. Відео**» («ВолиньPost», 05.03.2018); «**Мережа вибухнула жартами про “п’яних негрів на танках” у Дебальцевому**» («ТСН», 17.02.2018); «**На Закарпатті з’явився власний негр**» («Закарпаття онлайн», 14.09.2018); «**Продовження скандалу ПСЖ-“Істанбул”: румунські судді стверджують, що темношкірий тренер називав їх циганами**» («ТСН», 09.12.2020), «**Навіщо Шевченка зробили негром**» («Високий замок», 17.10.2018). Найкоректніше для називання таких осіб використовувати мовленневоприйнятні словосполучення: *виходець із такої-то країни*, *виходець з африканського континенту*, *афроамериканець*.

Фіксуємо в журналістських матеріалах контент із некоректною лексемою *азіати*. Наприклад: «**Азіати** надали перевагу штучній свинині під час “сліпого” тестування – дослідження» («UNN», 11.10.2021); «**Замість українців – азіати? Польський ринок праці зазнає змін**» («UPMP»,

24.10.2019); «**Істерія через коронавірус: в Італії азіати піддаються дискримінації**» («Букви», 25.02.2020). Лексема *азіати* – мовна помилка, оскільки засвідчує росіянізм, тому варто послуговуватися нормативним варіантом *азійці* або називати конкретну країну походження людей.

У висвітленні історій про жінок і чоловіків важливо зважати на гендерну чутливість тексту, що, на жаль, не завжди роблять журналісти. Не варто наголошувати на кольорі волосся жінки, якщо це не має стосунку до матеріалу. Сьогодні в ЗМІ популярний стереотип «*блондинка за кермом*», який зазвичай несе негативний контекст, пор.: «**Блондинка / білявка за кермом: у Києві жінка, переплутавши педалі авто, влетіла у бізнес-центр**» («Вісті», 15.08.2020); «**ЗМІ: скандальна блондинка, що трощила відділок поліції, – родичка прокурора ГПУ**» («Українська правда», 05.02.2018); «**Блондинка за кермом: як поганяти на авто без прав і відео експеримент на першому водінні**» («ТСН», 11.07.2019); «**Скандальна білявка після нападів на поліцію втекла до Монако і публічно ображає українців – ЗМІ**» («ТСН», 08.02.2018); «**Блондинка і драгер: спіямана за кермом п’яна дівчина стала приводом для дискусії в мережі**» («РБК-Україна», 13.08.2019). Аналізовані висловлювання в медіаназвах є гендерно дискримінаційними, а також свідчать про низький рівень фахової підготовки журналістів.

У публікаціях українських ЗМІ людей старшого віку зазвичай називають пенсіонерами. Така номінація не завжди виправдана, оскільки вона характеризує людей, які отримують пенсію безвідносно до віку. Відомо, що пенсія може бути призначена, наприклад, дитині або іншій особі. Медіаекспертка Я. Пукало, пишучи про журналістику толерантності, зауважує, що «найкраще використовувати словосполучення “старше покоління”, “люди старшого віку”, “старші люди”» [6]. Сьогодні в українському законодавстві виділяють також номінацію *люди похилого віку*. Альтернативою може бути й конструкція *люди третього віку*, якою послуговуються в англійських країнах. В окремих порадниках із журналістики пропонують також словосполучення *люди літнього віку*. Якщо в матеріалі не сказано, що люди мають онуків, то їх не можна називати *дідусями* чи *бабусями*, оскільки вживання цих слів свідчить про родинні зв’язки, а в деяких згаданих у текстах осіб може не бути сім’ї або ж онуків. Аналізуючи сучасний медійний простір, спостерігаємо, що журналісти не завжди дотримуються цих норм, уживаючи невиправдані для професійного

етикету лексеми *пенсіонери*, *люди у віці*, *бабусі*, *дідуся*, *старі* тощо: «**Пенсіонери** старше 70 років отримують доплати до пенсії з наступного року» («Економічна правда», 15.09.2021); «Українським **пенсіонерам** доплатять по 300 гривень: хто отримає надбавку» («Слово і діло», 15.09.2021); «Опанувати діджиталізацію: чому українська **пенсіонерка** радіє новим гаджетами» («ТСН», 10.03.2020); «“Навіщо **пенсіонерам** мати соцмережі та гаджети” – розповідає активна користувачка Ольга Рябчун» («ТСН», 10.03.2020); «У Києві орудує **бабця** з очумілими ручками – поцупила у дитини “колеса”, щоб кататися на пенсії» («Знай.ua», 10.03.2020); «Що відомо про українську **бабусю** з червоним прапором, яку Росія зробила своїм символом» («BBC», 05.05.2022); «Рівненські ЗМІ поширили фейк про **бабусю** з Дубровиці» («Район.in.ua», 25.10.2021); «У Китаї 100-річний **дід** одужав від коронавірусу» («УНІАН», 10.03.2020); «ЗМІ розповіли, хто той **дідуся**, який зумів прогнати московських попів віршем Кобзаря» («Вголос», 30.07.2018); «У Дніпрі обурений відсутністю світла 79-річний **дідуся** “замінував” 6 будинків – ЗМІ» («Nikopol news», 27.01.2023); «Пансіонат останньої надії: як живуть **старі люди** на прикордонні Чернігівщини (фото)» («Челіне», 01.11.2022); «Молоді люди п’ють горілку, а **старі** – ліки» («Gazeta.ua», 05.10.2020).

Професійну етику медійників порушують наявні в публікаціях прикладки *мати-одиначка* чи *батько-одинак*, тоді як коректно було б написати *мати* чи *батько*, що самостійно виховують дитину: «В Україні змінили правила соцвиплат **матерям-одиначкам**: кого залишили без допомоги і скільки тепер платять» («ТСН», 19.08.2020); «**Мати-одиначка** з чотирма дітьми розповіла про роботу вебкам-моделлю. Фото» («UAinfo», 06.08.2023); «У РФ **батько-одинака** чотирьох дітей оштрафували і заарештували через українську музику» («УНІАН», 13.10.2022); «Дітям з **батьками-одинаками** живеться не гірше, ніж дітям в повних сім’ях – дослідження» («Громадське», 06.01.2019).

У ЗМІ натрапляємо також на невласливе називання бездомних людей *бомжами*, коли журналісти використовують ще радянську аббревіатуру: «У рф “**бомж**” порився в смітнику і заявив, що все одно любить путіна» («УНІАН», 15.04.2023); «“Я, фактично, – **бомж**”: історія рівненського безхатька, переселенця із Северодонецька» («Четверта влада», 05.04.2023); «**Бомжі** бояться не вулиці, а холоду» («Закарпаття онлайн»,

01.12.2019); «На Львівській у Луцьку **бомжі** займалися оральним сексом» («Конкурент», 19.07.2022). Під час офіційного та неофіційного вживання ця лексема набула зневажливої семантики, тому сьогодні її пропонують уникати. Законодавчо затверджені терміни *бездомні громадяни* / *безпритульні громадяни* не набули в українських ЗМІ особливого поширення. Лише спорадично натрапляємо на заголовки з таким слововживанням: «**Право на життя: як врятувати бездомних людей під час морозів**» («Українська правда», 15.02.2021); «**Понад три сотні українських біженців у Британії стали бездомними**» («Суспільне», 12.05.2023); «**Росія взялася мобілізувати на війну безпритульних – ЗМІ**» («Главком», 04.09.2022); «У кийвському метро **безпритульний** побив поліцейського» («LB.ua», 01.03.2018).

Ці конструкції за конотацією емоційно нейтральні, вони лише вказують на те, що людина не має де жити і задовольняти свої потреби у сні, їжі, гігієні, приватності тощо. Зараз більшої популярності в ЗМІ для номінації безпритульних осіб набувають лексеми *безхатько*, *безхатченко*, яких до 2010 року не було в щоденному вжитку українців. До прикладу, такі заголовки: «**На Дніпропетровщині школяр забив до смерті безхатченка – ЗМІ**» («УНІАН», 17.08.2021); «**Ніжинські укриття облюбували безхатченки**» («Нежатин», 22.08.2023); «У Луцьку **безхатченки** організували паркувальний бізнес» («Главком», 18.08.2021); «**Безхатько** назвав себе богом та штовхнув під потяг метро жінку (фото)» («Главком», 16.01.2022); «**Поліція каже, що безхатько** напав у Ковелі з ножем на поліцейського» («Ковель media», 24.06.2021); «**Безхатько** отримав притулок на Вишгородщині» («Погляд», 22.02.2021).

Неодноразово журналісти подають виразно гіперболізовані медіаназви, коли ще до рішення суду свідомо чи несвідомо «вішають» так звані оцінні ярлики на людину, як-от: *небезпечний злочинець*, *гвалтівник*, *маніяк*, *вбивця*, пор.: «У Полтавській області із залу суду втік **особливо небезпечний злочинець**» («NV», 27.06.2018); «**На зламаних ногах далеко не втечеш: в Одесі небезпечний злочинець** поплатився за спробу втечі» («Obzrevatel», 28.11.2019); «**Поліція взялася за франківських гвалтівників: вручено дві підозри та 6 повісток**» («Правда», 01.02.2023); «**На Хмельниччині судитимуть гвалтівника, жертву якого встановили за допомогою ЗМІ**» («День за днем», 19.11.2022); *Вбивство 16-річної на Полтавщині: гвалтівник шантажем змусив друзів позбутися тіла – ЗМІ* («УНІАН»,



03.07.2021); «На Луганщині орудує небезпечний **маніяк**: поліція просить про допомогу» («Aspi News», 09.01.2021); «“Пардон, я присяду”»: у Києві ширяться чутки про **маніяка-вбивцю**» (31.08.2023); «ЗМІ назвали можливого **вбивцю Пригожина**» («Кореспондент.net», 26.08.2023); «**Вбивцею** військового у Києві виявився український чемпіон, – ЗМІ» («UAinfo», 23.10.2022).

Виявляємо також нехтування нормами правильного називання людей з алкогольною чи наркотичною залежністю. Замість коректних номінацій *людина, що залежна від алкоголю* або *людина з алкогольною залежністю* журналісти вдаються до неетичних словоформ, використовуючи лексеми *алкозалежний, алкологік*: «**Колишній алкозалежний** зараз сам рятує людей від страшною звички» (t1.ua, 18.07.2020); «**Як це – бути дружиною алкозалежного**» («ВолиньPost», 18.04.2023); «**Більшість не знає, як поводитися з алкозалежними у сім'ї**» («Радіо Марія», 09.03.2023); «**Алкоголік – не тільки той, хто ристься у смітнику. А й той, хто потайки н'є витримане віскі**» («Високий замок», 27.08.2018); «**Чому алкоголік не хоче лікуватися** пояснює тернопільський нарколог» («20 хвилин», 06.06.2018); «**Як зрозуміти, що ви алкоголік: перші майже непомітні ознаки**» («РадіоТрек», 09.07.2023). Те ж саме стосується називання людей, залежних від наркотичних речовин. Прийнятними для новинних чи аналітичних матеріалів є конструкції *людина, залежна від наркотичних речовин / наркотиків* замість помилкових *наркозалежний* чи *наркоман*. Натомість журналістські тексти нерідко демонструють уживання некоректних лексем із виразною негативною семантикою під час висвітлення історій

про цих осіб: «У Запоріжжі 17-річний **наркозалежний** порізав патрульного ножем: правоохоронець у критичному стані» («ТСН», 28.12.2020); «З львівської психіатричної лікарні втік **наркозалежний пацієнт**» («Zaxid. Net», 13.10.2021); «**Наркозалежний** тероризує мешканців будинку у Звенигородці» («Вісті Черкащини» (23.06.2020); «У Луцьку затримали **наркомана**, який поцупив поштові ящики» («Волинь24», 30.09.2018); «У Луцьку **наркоман** в одязі перепливав річку» («Волинь24», 16.10.2018); «У Києві **наркоман** намагався викрасти автомобіль з дружиною власника – ЗМІ» («УНІАН», 12.01.2019); «“Ти ще не готовий від нас піти”. Як реабілітаційні центри для **наркозалежних** лікують, ламають і міцно тримають» («Громадське», 06.07.2021). Зазвичай подібні характеристики знеособлюють людину.

**Висновки і пропозиції.** Отже, можна узагальнити, що журналісти, пишучи про представників різних соціальних груп (за віковими характеристиками, етнічною належністю, соціальним статусом тощо), порушують журналістику толерантності, вдаючись до етично некоректних слововживань. Почасті подібні висловлювання щодо певних категорій людей породжують так звану мову ворожнечі. Зауважуємо, що некоректні номінації представлені як у заголовковому комплексі публікацій, так і в самому текстовому наповненні матеріалів.

Перспективу наукового пошуку становить подальший аналіз неправильних номінацій сучасного медіаконтенту, вироблення професійних рекомендацій щодо послуговування коректною лексикою в текстах ЗМІ з метою дотримання етичних норм та формування культури фахової комунікації.

#### Список літератури:

1. Алексенко С. Ф. Політична коректність в англійському медійному дискурсі як засіб реалізації кооперативної комунікативної стратегії. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Серія: Філологія, педагогіка, психологія.* 2018. № 36. С. 52–56.
2. Андрейців І. Словничок освіченого українця: як можна і не можна говорити про людей. *Українська правда* : сайт. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2018/01/23/228588/> (дата звернення: 20.02.2024).
3. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник. Інститут масової інформації. Київ : ТОВ «Софія-А». 2016. 184 с.
4. Дацишин Х. Мовна толерантність у назвах осіб старшого віку: можливості медіа у формуванні й руйнуванні стереотипів. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика.* 2002. № 2 (4). С. 87–94. URL: <https://doi.org/10.23939/sjs2022.02.087> (дата звернення: 20.02.2024).
5. Кодекс етики українського журналіста. *Комісія із журналістської етики* : сайт. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/> (дата звернення: 20.02.2024).
6. Пукало Я. Журналістика толерантності: як медіа зловживають мовними стереотипами. *Медіакритика* : сайт. URL: <http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/standarty-yakisnoi-jurnalistyky/zhurnalistyka-tolerantnosti-yak-media-zlovzhyvayut-movnymy-stereotypamy.html> (дата звернення: 20.02.2024).
7. Piękna N. G. Obraz osoby starszej w przestrzeni medialnej. *Studia Socialia Cracoviensia.* 2016. No 2 (15). P. 199–212.

8. Shulska N., Kostusiak N., Zyma O., Larina K., Bukina N., Kevliuk I., Ostapchuk S. Hate Language as a Negative Phenomenon of the Ukrainian Domestic Media Space in News Content about the War. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*, 2023. Vol. 13, Issue 2, Spec. Issue XXXV. P. 82–87.

9. Shulska N., Kostusiak N., Pykaliuk R., Sypchenko I., Bondarenko O., Dubetska O., Yevdokymenko I., Zyma O. Incorrect Nominations of Persons as Violations of Journalistic Ethics in Modern Materials of Sensitive Media Content (On the Materials of Ukrainian Media). *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*, 2023. Vol. 13, Issue 2, Spec. Issue XXXVII. P. 63–70. URL: [https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130237/papers/A\\_10.pdf](https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130237/papers/A_10.pdf) (дата звернення: 20.02.2024).

**Shulska N. M., Zinchuk R. S., Naumenko L. M. (IN)CORRECT LEXICON IN MODERN MEDIA COMMUNICATION: ETHICAL NORMS AND LANGUAGE EXPERIENCE**

*The article records, structures and comprehensively analyses sensitive media content regarding correctness/incorrectness of nominations of individuals from certain communities. It focuses on names of people from ethnic and social groups represented in the language of modern media. Relevant equivalents are proposed that correlate with the rules of social and linguistic etiquette, as well as testify to the observance of professional standards. The focus was on media texts with nominations violating ethical norms and linguistic culture. Incorrect nominations of people based on ethnicity, gender stereotypes, age, and social status are analyzed. Exaggerated headlines with expressive evaluative labels were recorded, which is a manifestation of non-compliance with professional standards. The language experience shows that media professionals violate the journalism of tolerance by using ethically incorrect phrases or statements. It is noted that incorrect nominations are presented both in the title complex of publications and in the textual content of the materials. It was found that such statements about certain categories of people generate the so-called hate speech, so they are unjustified in media communication. It is necessary to indicate the relevant characteristics of a person or group of persons only in cases where this information is important, i.e., an integral part of the publication. When covering stories about women and men, it is important to take into account the gender sensitivity of the text. The comprehensiveness and objectivity of the study was ensured by the use of a number of methods: descriptive, which systematised and characterised language units that are outside the scope of ethical norms and journalistic tolerance; contextual analysis used to identify and clarify the role of incorrect vocabulary and terminology within the analysed texts; communicative and pragmatic analysis, which helps to determine the impact of sensitive content on recipients, including vulnerable groups.*

**Key words:** (in)correct lexicon, media communication, sensitive content, ethical norms, language experience.

**Шульська Н. М.**

Волинський національний університет імені Лесі Українки

**Салтан В. Л.**

Центральноукраїнський державний університет імені Володимира Винниченка

**Римар Н. Ю.**

Білоцерківський національний аграрний університет

## ЛЕКСИЧНІ ОДИНИЦІ В МЕДІАТЕКСТАХ ПРО РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКУ ВІЙНУ: МОВНА АКТУАЛІЗАЦІЯ І ДОЦІЛЬНІСТЬ УЖИВАННЯ

*У статті на матеріалі сучасних медіатекстів про російсько-українську війну проаналізовано лексичні одиниці та термінологію. Зауважено, що сьогодні перед журналістами стоїть потреба точного інформування аудиторії, тобто створення якісних новин, аби протистояти деструктивній російській пропаганді. В умовах війни важливого значення набуває вибір коректної лексики та правильне використання військової термінології. У зв'язку з цим у статті зацентовано увагу на некоректних номінаціях і простежено тенденцію їхнього використання в ЗМІ. На основі рекомендацій Комісії із журналістської етики подано релевантні відповідники, що корелюють із правилами журналістської етики й мовної норми. Досліджено, що найчастіше на позначення подій в Україні після 24 лютого 2022 року медійники оперують конструкціями «російсько-українська війна», «збройна агресія», «широкомасштабне вторгнення», «повномасштабне вторгнення», «агресія рф» тощо, не диференціюючи їх. Аналіз журналістських текстів засвідчив сплутування вживання паронімів воєнний / воєнна / воєнне / воєнні і військовий / військова / військовоє / військові, що призводить до лексичних анормативів. Установлено, що працівники ЗМІ здебільшого правильно вживають конструкції «воєнні дії» і «бойові дії», розрізняючи їх і не замінюючи як синоніми. Схарактеризовано тенденційні медіаномінації на позначення осіб, які через активні бойові дії тимчасово переселилися в інші регіони країни або виїхали за кордон. З'ясовано, що для називання ворога медіафахівці радять послуговуватися офіційним формулюванням «російські окупаційні війська», також використовувати терміни «окупанти», «загарбники», «російські терористи» (якщо описані дії мають ознаки терористичних), проте уникати евфемізованої лексеми «орки».*

**Ключові слова:** лексичні одиниці, медіа, російсько-українська війна, коректні / некоректні номінації, журналістська етика.

**Постановка проблеми.** Мовна палітра сучасних ЗМІ – це спосіб створення інформаційної картини світу. На журналістику сьогодні покладена місія формування суспільної думки, і це, відповідно, вимагає від медіапрацівників великої відповідальності щодо дотримання професійних стандартів, етичних норм, правильних номінацій. В умовах війни важливо не лише подати об'єктивну картину подій, керуючись стандартами достовірності й точності, а й дотримуватися морально-етичних норм, уживати коректний набір лексики. Повномасштабне вторгнення Росії в Україну поставило вітчизняних медійників перед новими викликами, адже більшість українських журналістів до того не мала досвіду

висвітлення теми війни. Зважаючи на це, сьогодні у редакціях українських ЗМІ постає багато запитань щодо аспектів роботи працівників медіа в умовах воєнного стану. Насамперед перед журналістами стоїть потреба точного інформування аудиторії, тобто створення якісних новин, аби протистояти деструктивній російській пропаганді. В умовах війни важливо значення набуває вибір коректної лексики та правильне використання військової термінології. Зважаючи на це, Комісія із журналістської етики підготувала рекомендації щодо «словника війни». Також пропонуємо власні спостереження, що стосуються нормативності / ненормативності використання певних словосполук у ЗМІ.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Війна в Україні стала вагомим зовнішнім чинником, що зумовив актуалізацію публікацій про термінологію, коректність номінацій і нові словоформи в текстах ЗМІ. Рекомендації щодо правильності вживання термінології війни для журналістів висвітлюють переважно медіаексперти [2; 7]. Спорадично виявляємо наукові розвідки, у яких представлено аналіз лексики чи термінології в дискурсі російсько-української війни. Така тематика перебувала в полі зору досліджень В. Касянчук й О. Левчук [1]. Важливо, що вже є студії, у яких зацентровано увагу на некоректних номінаціях осіб в матеріалах чутливого медіаконтенту [13]. Цінними є рекомендації Комісії із журналістської етики, запропоновані в окремих публікаціях [2; 6; 7], а також подані в «Посібнику із журналістської етики» [8]. Доцільним у цьому посібнику є «Словник воєнного часу», у якому вміщена коректна термінологія й поради щодо слововживання в умовах війни. Про соціальну відповідальність медіа в умовах російсько-української війни зауважує Л. Черняхівська [11].

Актуальними в журналістській практиці стали матеріали про осіб, змушених покинути свої домівки через активні бойові дії. У зв'язку з цим постало питання про правильне найменування тих, хто повинен був оселитися у відносно безпечних населених пунктах України або виїхати за кордон. Як правильно висвітлювати історії таких людей і коректно вживати номінації, пишуть медіаексперти на сайті Інституту масової інформації [5]. Це питання висвітлене в публікаціях Л. Кузьменко [3], І. Ладики [4], Л. Філіпчук [10]. Дослідники порушують у публікаціях питання мови ворожнечі як негативного явища сучасного медіапростору в умовах російсько-української війни [12].

**Постановка завдання.** Мета статті – на матеріалі сучасних медіатекстів про російсько-українську війну проаналізувати лексичні одиниці та термінологію, зосередивши увагу на їхній мовній актуалізації й доцільності вживання; зацентувати увагу на некоректних номінаціях і простежити тенденцію їхнього використання в ЗМІ; на основі рекомендацій Комісії із журналістської етики подати релевантні відповідники, що корелюють із правилами журналістської етики й мовної норми.

Усеохопність дослідження забезпечило використання таких методів: *описового*, за допомогою якого систематизовано й схарактеризовано мовні одиниці, що перебувають поза межами етичних норм і журналістської толерантності; *контексту-*

*ального аналізу*, використаного з метою вияву та з'ясування ролі некоректної лексики та термінології в межах аналізованих текстів; *комунікативно-прагматичного аналізу*, мета якого – з'ясувати вплив лексичних медіазасобів на реципієнтів в умовах війни.

**Виклад основного матеріалу.** Аналізуючи медіаконтент на воєнну тематику, спостерігаємо, що журналісти часто вживають лексичні конструкції «*російсько-українська війна*», «*збройна агресія*», «*широкомасштабне вторгнення*», «*повномасштабне вторгнення*». На думку Комісії із журналістської етики, термінами «*війна*» і «*збройна агресія*» варто послуговуватися тоді, коли в журналістському матеріалі не згадуються часові межі. Якщо ж у тексті зазначають про події після 24 лютого 2022 року, то краще надавати перевагу конструкції «*широкомасштабне вторгнення*».

Аналізуючи журналістські матеріали про війну, зауважуємо, що медійники не завжди послідовні у використанні зазначених рекомендацій, адже, пишучи про події після 24 лютого, вдаються по використанню найрізноманітніших номінацій («*агресія РФ*», «*російська агресія*», «*широкомасштабна агресія*», «*повномасштабна війна*», «*повномасштабна російсько-українська війна*», «*війна в Україні*» та ін.), пор. «*Виправдовував агресію РФ: шанувальнику “русского мира” в Києві повідомили про підозру*» («УНІАН», 13.01.2023); «*Створив 20 видань і виправдовував російську агресію: СБУ заявляє про затримання агента РФ*» («Радіо Свобода», 07.06.2022); «*В ООН підтвердили загибель більш як 9 тисяч людей в Україні від початку повномасштабної війни*» («Zміна», 21.06.2023); «*Широкомасштабна агресія Росії проти України підтвердила, що заporукою успішного виконання бойових завдань є ефективна діяльність розвідників – Буданов*» («Інтерфакс-Україна», 07.05.2022); «*Через збройну агресію росії в Україні зросла кількість поранених дітей*» («Київвлада», 07.05.2022); «*В ході повномасштабної російсько-української війни загинула 31 тисяча українських військових – Зеленський*» («Military», 25.02.2024); «*Трагічна річниця повномасштабної війни: у Луцьку зустріли два екіпажі “на щиті”*» («ВСН», 24.02.2024); «*Яким буде третій рік повномасштабної війни*» («Українська правда», 24.02.2024); «*ISW до річниці вторгнення РФ: Путін залишається смертельною загрозою для НАТО й України*» («Радіо Свобода», 25.02.2024); «*На Миколаївщині протягом двох років повномасштабного вторгнення Росії повітряна тривога лунала 2874 разів*» («Суспільне.

Новини», 25.02.2024); «*Вибухи у Придністров'ї: війна в Україні загрожує перерости в небезпечну фазу – Guardian*» («УНІАН», 27.04.2022); «*Західні експерти назвали 4 головні уроки російсько-української війни*» («УГІАН», 24.02.2024); «*Москва не може дозволити собі перемогти: огляд преси на два роки війни РФ проти України*» («Факти», 24.02.2024); «*Війна РФ проти України у закордонній пресі. Чому вищує інтерес?*» («Радіо Свобода», 20.12.2023).

Неодноразово фіксуємо сплутування вживання паронімів *воєнний / воєнна / воєнне / воєнні* (пор. *воєнний* 'стосується до війни, пов'язаний з нею' [9] і *військовий / військова / військове / військові* (пор. *військовий* 'стосується до війська, військовослужбовця' [9]), що призводить до лексичних аномативів у мові сучасних ЗМІ. Неточність у вживанні зазначених прикметників демонструють такі заголовки журналістських публікацій: «*В Україні запроваджено військовий стан* (правильно – *воєнний стан*). Що це означає?» («Новий канал», 25.02.2022); «*Військовий стан* (правильно – *воєнний стан*): роботодавець не може відправляти у відпустку без збереження зарплати» («Економічна правда», 12.03.2022); «*У 2024 році на кожному континенті може спалахнути військовий конфлікт* (правильно – *воєнний конфлікт*)» («Ми – Україна», 27.12.2023); «*Прямий військовий конфлікт* (правильно – *воєнний конфлікт*) рф з країнами НАТО за нинішніх умов неминучий» («Вежа», 08.01.2024); «*Україна оголосила про військову загрозу* (правильно – *воєнну загрозу*) в акваторії шести портів РФ у Чорному морі» («Суспільне. Новини», 05.08.2023); «*Держгідрографія України оголосила про військову загрозу* (правильно – *воєнну загрозу*) для судноплавства в акваторії портів РФ» («Новинарня», 05.08.2023); «*Найбільша військова небезпека* (правильно – *воєнна небезпека*) наразі з напрямку Димер-Іванків на північний захід від Києва – ОП» («Українські національні новини», 25.02.2022); «*У Запорізькій області військова ситуація* (правильно – *воєнна ситуація*) є контрольованою, – ЗОВА (Відео)» («Субота плюс», 15.06.2022); «*У Польщі попередили про “незаплановані військові дії”* (правильно – *воєнні дії*) вздовж кордонів з РФ та Білоруссю» («Суспільне. Новини», 04.02.2024); «*Природа та війна: як військове вторгнення* (правильно – *воєнне вторгнення*) Росії впливає на довкілля України» («Екодія», 01.04.2022).

Характеризуючи діяльність журналістів під час війни, ми повинні також диференціювати поняття «*військовий журналіст*» і «*воєнний журналіст*». Терміном «*військовий журналіст*» кваліфікують

військовослужбовця або медіапрацівника, який перебуває в штаті інформаційних структур Міністерства оборони і Збройних сил України. Такий журналіст готує матеріали про війну в межах своїх посадових обов'язків [8, с. 110]. *Воєнним журналістом* можна називати цивільну особу, яка висвітлює події війни [8, с. 110].

Медіаексперти радять також розрізняти номінації «*воєнні дії*» і «*бойові дії*» і не замінювати їх у журналістських текстах як синоніми. Конструкцією «*бойові дії*» доречно послуговуватися, коли інформують про ситуацію в конкретному регіоні, а термін «*воєнні дії*» варто вживати тоді, коли говоримо про війну загалом. Спостерігаємо, що медійники здебільшого правильно оперують цими поняттями в матеріалах на воєнну тематику, про що свідчать подані заголовки: «*Воєнні дії спричинили докілью Вінниччини збитків на понад 4 мільярди доларів*» («Укрінформ», 22.01.2024); «*Економічну активність наших підприємств стримують воєнні дії*» («Голос України», 04.12.2023); «*Попри воєнні дії в Україні вже намолочено понад 2 млн тонн зерна, – Шмигаль*» («Рубрика», 18.07.2023); «*Ще 13 дітей-сиріт через воєнні дії евакуювали на Львівщину*» («Твоє місто», 30.11.2022); «*На Донеччині на шести ділянках тривають бойові дії – Генштаб ЗСУ*» («Радіо Свобода», 22.08.2022); «*Де ведуться бойові дії: в Україні оновили список територій*» («Факти», 05.12.2023); «*На Луганщині найактивніші бойові дії йдуть на трьох напрямках, – голова Северодонецької ВА*» («Espresso.tv», 11.11.2022).

Інколи фіксуємо помилкові вживання, пор. «*Оперативна інформація про воєнні дії* (правильно – *бойові дії*) на Херсонщині» («Суспільне. Новини», 27.02.2022); «*На околицях Сум тривають воєнні дії* (правильно – *бойові дії*)» («Інтерфакс-Україна», 24.02.2022); «*Оперативна інформація про воєнні дії* (правильно – *бойові дії*) на Херсонщині» (Херсонська міська рада, 27.02.2022); «*Головне за ніч та ранок понеділка, 9 жовтня: обстріли Херсонщини і Харківщини, воєнні дії* (правильно – *бойові дії*) на Близькому Сході» («LB.ua», 09.10.2023); «*Холодна війна. Якими будуть бойові дії* (правильно – *воєнні дії*) в Україні взимку і на що чекати навесні» («BBC», 25.11.2022), але таких аномативних номінацій у мові сучасних ЗМІ небагато, що свідчить про непоширюваність аналізованого явища.

Після повномасштабного вторгнення й збільшення кількості внутрішньо переміщених осіб (ВПО) із територій, де ведуться активні бойові дії, західноукраїнський медійний простір заполю-

нили новини з некоректно вживаною лексемою «біженці» замість нормативних «переселенці», «внутрішньо переміщені особи», «тимчасово переміщені особи», що фіксуємо в заголовковому комплексі: «На Волинь розселили 13 тисяч біженців. Є ще місця для 5 тисяч осіб» («Волинські новини», 15.03.2022); «На Волині розселили понад 6 тисяч біженців» («Волинь Post», 05.03.2022); «Повідомили, скільки тисяч біженців розселили на Волині за добу» («Конкурент», 07.03.2022); «Куди звертатись біженцям у Львові та як їм допомогти» («Zaxid.net», 26.02.2022); «Допомога біженцям у Львові: куди звертатися переселенцям» («УНІАН», 14.03.2022); «Львів'ян просять допомогти біженцям: що потрібно» («Суспільне. Новини», 24.02.2022). Хоча зазвичай у ліді або вже в самому тексті публікації цих же матеріалів журналісти послуговуються коректною лексикою: «У Львові на стадіоні «Арена Львів» діє центр розселення вимушених переселенців, окрім того, в місті є кілька точок, де збирають допомогу для них» («Zaxid.net», 26.02.2022); «На цей час у Львові працює 7 координаційних центрів для вимушено переміщених осіб» («УНІАН», 14.03.2022); «У Львові створили координаційний центр для допомоги вимушено переміщеним особам» («Суспільне. Новини», 24.02.2022). Як стверджують медіаексперти, згідно з Конвенцією ООН про статус біженців під цим словом мають на увазі людей, що перебувають поза межами своєї країни і які перетнули офіційний кордон. У випадку ж українського конфлікту щодо людей, які переїхали з тимчасово окупованих територій, правильно вживати назви «вимушені переселенці» або ж «люди, що змушені були покинути власні домівки».

Зміни у використанні мовних засобів, викликані широкомасштабним російським вторгненням в Україну, відбиті і в текстовій культурі медіа. При цьому вибір стилістично забарвленої лексики повинен враховувати жанр матеріалу, тему та аудиторію. Уживання стилістично забарвлених синонімів *рашисти*, *рашизм* до висловів російсько-окупаційні війська, російські загарбники, військові країни-агресора тощо, на думку Комісії із журналістської етики, в журналістських матеріалах жодним чином не дискримінують групу людей за національною ознакою. На думку фахівців, варто послуговуватися офіційним формулюванням «російські окупаційні війська». Також правильними є терміни «окупанти» й «загарбники». Досліджуючи сучасний масмедійний простір, спостерігаємо, що вітчизняні ЗМІ здебільшого послуговуються такими лексемами:

«Російські окупаційні війська обстріляли три громади Сумщини» («LB.ua», 27.11.2023); «Російські окупаційні війська продовжують вбивати один одного на полі бою: у Генштабі повідомили подробиці» («ТСН», 30.06.2023); «ЗСУ відкинули російські окупаційні війська з Житомищини» («День», 04.04.2023); «Російські окупаційні війська перекидають свої сили з Херсонського на Запорізький напрямок – Гуменюк» («Суспільне. Новини», 24.08.2023); «Російські окупаційні війська підірвали греблю Каховської ГЕС» («Світ», 06.06.2023); «Російські окупаційні сили вступили у бій один з одним на Київщині – ЗСУ» («УНІАН», 04.03.2022); «Скільки грошей окупанти забрали в українців у 2023 році: стала відома сума» («Главком», 22.11.2023); «Окупанти цинічно атакували рятувальників, які ліквідовували наслідки обстрілів на Харківщині» («LB.ua», 06.11.2013); «Добові втрати окупантів перевищили тисячу осіб» («Слово і діло», 05.12.2023); «Окупанти випустили по Херсонщині майже чотириста снарядів» («Інтер», 03.12.2023). Часто лексема «окупанти» вживається із прикметником «російські», пор. «Російські окупанти скаржаться на відсутність пороху на фронті – перехоплення ГУР» («ТСН», 29.11.2023); «Російські окупанти обстріляли Сумщину: є поранені та пошкодження» («Громадське радіо», 06.12.2023); «Російські окупанти регулярно катували й тватували незаконно ув'язнених херсонців – міжнародний звіт» («Радіо Свобода», 03.08.2023); «Російські окупанти самі себе загаяють у пастку» («Укрінформ», 26.06.2023).

Медійники не нехтують також лексемою «загарбники», часто поєднуючи її з прикметником «російські», що відображено в заголовках публікацій: «Загарбники на півдні нарощують фортифікаційне обладнання позицій» («Укрінформ», 09.12.2023); «Російські загарбники жаліються на снаряди, які постачає Північна Корея (фото)» («ТСН», 09.12.2023); «Загарбники відмовляють мешканцям ТОТ у наданні медичної допомоги» («АрміяІнформ», 14.09.2023); «Били з авіації та артилерії: у Генштабі розповіли, як загарбники били по Україні» («УНІАН», 14.08.2023); «Російські загарбники завозять у бібліотеки ТОТ пропагандистську літературу» («Детектор медіа», 06.08.2023); «В Маріуполі загарбники проводять нову хвилю зачисток, зникають люди – Андрющенко» («Слово і Діло», 12.08.2023); «Загарбники вигадали новий метод примусової паспортизації на Луганщині – Генштаб» («Главком», 21.11.2023); «Російські загарбники формують списки «неблагонадійних» у Криму – Центр нац-

*спротиву»* («Укрінформ», 26.11.2023); «*На окупованих територіях російські загарбники продовжують привласнювати зерновий врожай мирних громадян, – Генштаб ЗСУ»* («LB.ua», 18.11.2023); «*Усі російські загарбники відповідатимуть за кожне забране українське життя – Зеленський»* («УНІАН», 16.03.2023).

Комісія із журналістської етики також дозволяє використовувати в журналістських публікаціях лексему «*терористи*», якщо описані дії мають ознаки терористичних, але обов'язково радить додавати прикметник *російські*. Медіаексперти з етики вважають, що журналісти повинні утримуватися від уживання образливих висловів, ненормативної лексики, якщо лише це не виправдане контекстом. Також радять не використовувати термін «*рашизм*» щодо означення всієї етнічної групи росіян.

Щоб уникнути різночитань, у тексті варто використовувати нейтральні синоніми («*російські військові*», «*російська влада*»), які дали би змогу зрозуміти, що йдеться не про всіх росіян як етнічну групу [8]. Не варто зловживати цими лексемами в заголовках новин, як, наприклад, у зазначених публікаціях: «*Проти силового блоку української влади рашисти готують інформаційну атаку»* («33 канал», 27.01.2023); «*Рашисти двічі за ніч атакували Тернопіль»* (14.05.2023); «*Рашисти знову обстріляли Херсонщину, серед загиблих – енергетики»* («Львівський портал», 03.05.2023); «*У Бородянці рашисти розстріляли пам'ятник Шевченку»* («Високий замок», 05.04.2022); «*Рашисти посилюють репресивну машину»* («Високий замок», 26.09.2022); «*Мер Южного спростував фейк рашистів про збитий український літак»* («Інтент», 28.05.2023); «*Ракетні удари чи наступальні дії: що готують рашисти до роковин війни (відео)»* («Конкурент», 23.01.2023). Як бачимо, в окремих випадках журналісти все ж не дотримуються порад медіафахівців, називаючи «*рашистами*» всю етнічну групу росіян.

Щодо стосується вживання в журналістських матеріалах евфемізованої лексеми «*орки*» як синоніма до словосполучень «*російські окупанти*», «*російські військові*», «*російські воєнні злочинці*», то в теперішніх умовах повномасштабного вторгнення не доцільно використовувати це слово в публікаціях інформаційних жанрів, зокрема новинних матеріалах. Більш виправдана пряма номінація – *російські воєнні злочинці*. Медіаексперти зазначають: «Якщо в тексті новини

важливо зберегти юридичну точність термінів (наприклад, у новинах про відповідальність за воєнні злочини), журналістам варто дотримуватися нейтральної лексики, використовувати терміни, які містяться в українському законодавстві, та терміни міжнародного права» [8]. Спостережено, що медійники часто послуговуються евфемізацією, порушуючи зазначені рекомендації, про що свідчать заголовки публікацій: «*Як створити напис тілами орків»* («Головне in ua», 03.01.2023); «*Мертві орки та волонтерство: добрі новини від “ВолиньPost” за 11 грудня»* («ВолиньPost», 11.12.2022); «*На росії вигадали фейк, щоб орки не боялися нового озброєння ЗСУ»* («Конкурент», 08.05.2022); «*Український спецназ одним пострілом знищив 82 орки і їх техніку (відео)»* («Конкурент», 22.05.2022); «*Українки орку з автоматом можуть в обличчя сказати усе, що про нього думають, – враження з окупації»* («Радіо Трек», 09.11.2022). Також секретар РНБО Олексій Данилов закликав українців не називати росіян орками та свинособаками, аби під цими евфемізованими лексемами не приховати відповідальність росіян за криваву війну в Україні. Про це читаємо в матеріалі «Данилов радить не називати росіян орками та свинособаками» («Конкурент», 25.12.2022).

**Висновки і пропозиції.** Отже, здійснивши аналіз лексичних одиниць в сучасних медіатекстах на воєнну тематику, робимо висновок, що журналісти найчастіше на позначення подій в Україні після 24 лютого 2022 року оперують конструкціями «*російсько-українська війна*», «*збройна агресія*», «*широкомасштабне вторгнення*», «*повномасштабне вторгнення*», «*агресія рф*», не диференціюючи їх. Неодноразово виявляємо сплутування вживання паронімів *воєнний / воєнна / воєнне / воєнні* і *військовий / військова / військовоє / військові*, що призводить до лексичних аномативів. Після повномасштабного вторгнення у західноукраїнських медіа домінувала некоректна лексема «*біженці*» замість нормативних «*переселенці*», «*внутрішньо переміщені особи*», «*тимчасово переміщені особи*». Зараз спостерігаємо позитивну динаміку й правильне вживання цих номінацій. Щодо номінацій ворога медіафахівці радять послуговуватися офіційним формулюванням «*російські окупаційні війська*», також використовувати терміни «*окупанти*», «*загарбники*», «*російські терористи*» (якщо описані дії мають ознаки терористичних), але уникати евфемізованої лексеми «*орки*».

Список літератури:

1. Касянчук В. О., Левчук О. М. Коректність термінології у медіатекстах про російсько-українську війну. *Обрії друкарства*. 2022. 2 (12). С. 97–109.
2. Коректна термінологія щодо війни для журналістів – рекомендації. *Інститут масової інформації* : сайт. URL : <https://imi.org.ua/news/korektna-terminologiya-pro-vijnu-dlya-zhurnalistiv-rekomendatsiyi-i44428> (дата звернення: 20.02.2024).
3. Кузьменко Л. Недопустимо ділити українців на «ми» і «вони»: чому варто утриматися від поширення інформації про певні ознаки. *New Voice* : сайт. URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/viyna-v-ukrajini-yakipomilki-robluat-ukrajinski-zhurnalisti-novini-ukrajini-50269682.html> (дата звернення: 15.02.2024).
4. Ладика І. Не біженці і не сепаратисти: як медіа писати про внутрішньо переміщених осіб. *Детектор медіа* : сайт. URL: <https://detector.media/production/article/140830/2018-09-07-ne-bizhentsi-i-ne-separatystiyak-media-pysaty-pro-vnutrishno-peremishchenykh-osib/> (дата звернення: 16.02.2024).
5. Нахабні біженці та русофобія. Що не так з новинами про переселенців в українських медіа. *Інститут масової інформації* : сайт. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/nahabni-bizhentsi-ta-rusofobiya-shho-netak-z-povunamy-pro-vro-v-ukrayinskykh-media-i45151> (дата звернення: 15.02.2024).
6. «Нові виклики, з якими ми не стикались»: у 58 % опитаних журналістів повністю або частково виникають складнощі у висвітленні війни», – дослідження КЖЕ. *Комісія з журналістської етики* : вебсайт. URL: <https://cje.org.ua/statements/novi-vyklyky-z-iyakymy-my-ne-stykalys-u-58-opytanykh-zhurnalistiv-povnistiu-abo-chastkovo-vynykaiut-skladnoshchi-u-vysvitlenni-viynu-doslidzhennia-kzhe/> (дата звернення: 20.02.2024).
7. «Орки», «рашисти» та «путін»: КЖЕ дала рекомендації щодо стилістично забарвленої лексики в ЗМІ. *Детектор медіа* : сайт. URL: <https://detector.media/community/article/199602/2022-05-27-oriky-rashysty-ta-putin-kzhe-dala-rekomendatsii-shchodo-stylistychno-zabarvlenoi-leksyky-v-zmi/> (дата звернення: 20.02.2024).
8. Посібник з журналістської етики / Куликов А., Кузьменко Л., Дворовий М., Дуцик Д., Куц Л. Київ : Комісія з журналістської етики, 2023. 129 с.
9. Словник української мови в 11 томах : онлайн-версія. URL : <https://sum.in.ua/> (дата звернення: 22.02.2024).
10. Філіпчук Л. Як правильно називати людей, які покинули свій дім через війну в Україні. *Cedos* : сайт. URL: <https://cedos.org.ua/yak-pravylny-nazyvaty-lyudej-yaki-pokynuly-svij-dim-cherez-vijnu-v-ukrajini/> (дата звернення: 20.02.2024).
11. Чернявська Л. Соціальна відповідальність медіа в умовах російсько-української війни. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2022. № 3 (51). С. 59–65.
12. Shulska N., Kostusiak N., Zyma O., Larina K., Bukina N., Kevliuk I., Ostapchuk S. Hate Language as a Negative Phenomenon of the Ukrainian Domestic Media Space in News Content about the War. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*, 2023. Vol. 13, Issue 2, Spec. Issue XXXV. P. 82–87.
13. Shulska N., Kostusiak N., Pykaliuk R., Sypchenko I., Bondarenko O., Dubetska O., Yevdokymenko I., Zyma O. Incorrect Nominations of Persons as Violations of Journalistic Ethics in Modern Materials of Sensitive Media Content (On the Mateials of Ukrainian Media). *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*, 2023. Vol. 13, Issue 2, Spec. Issue XXXVII. P. 63–70. URL : [https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130237/papers/A\\_10.pdf](https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130237/papers/A_10.pdf).

**Shulska N. M., Saltan V. L., Rymar N. Yu. LEXICAL UNITS IN MEDIA TEXTS ABOUT THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR: LINGUISTIC ACTUALIZATION AND FEASIBILITY OF USE**

*The article analyzes lexical units and terminology based on the material of modern media texts about the Russian-Ukrainian war. It was noted that today journalists face the need to accurately inform the audience, that is, to create quality news in order to oppose destructive Russian propaganda. In the conditions of war, the choice of the correct vocabulary and the correct use of military terminology become important. In this regard, the article focuses on incorrect nominations and traces the trend of their use in the mass media. Based on the recommendations of the Commission on Journalistic Ethics, relevant respondents were submitted, correlating with the rules of journalistic ethics and language norms. It has been investigated that, most often, when referring to events in Ukraine after February 24, 2022, media workers operate with the constructions "Russian-Ukrainian war", "armed aggression", "large-scale invasion", "full-scale invasion", "aggression of the Russian Federation", etc., without differentiating them. The analysis of journalistic texts proved the confusion of the use of paronyms military / military / military / military and military / military / military / military, which leads to lexical anormatives. It was established that mass media workers mostly correctly use the constructions "military actions" and "combat actions", distinguishing them and not replacing them as synonyms. Characterized are the tendentious media nominations for designation of persons who temporarily moved to other regions of the country or went abroad due to active hostilities. It was found that to name the enemy, media specialists advise using the official wording "Russian occupation troops", also using the terms "occupiers", "invaders", "Russian terrorists" (if the described actions have signs of terrorism), but avoiding the euphemistic lexeme "orcs".*

**Key words:** lexical units, media, Russian-Ukrainian war, correct / incorrect nominations, journalistic ethics.



# ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 070

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/33>**Бадіон С. В.**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

## СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, «ЄДИНІ НОВИНИ» ТА МЕДІАРИНОК УКРАЇНИ В ПЕРІОД ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

У статті досліджено основні тенденції, що домінують у галузі українських медіа з початку повномасштабного вторгнення росії на територію України. Окреслено вплив новітніх інформаційно-комунікаційних технологій на вітчизняний медіаландшафт в умовах активної гібридної війни. Розкрито проблему утворення нових джерел інформації, яка зумовлена суспільно-політичною ситуацією та зростанням популярності соціальних мереж. Проаналізовано формотворчі аспекти впливу новітніх інформаційних технологій на суспільний дискурс та громадянську позицію середньостатистичного споживача інформації. Розкрито актуальні проблеми українського телебачення в умовах воєнного стану. Проведено порівняльний аналіз полярних комунікаційних технологій телебачення та інтернету з точки зору відмінностей в роботі з інформацією, її обробки та оприлюднення. Розглянуто перцептивно-когнітивні процеси споживача інформації (реципієнта) з точки зору наукових концепцій М. Маклюєна. Проаналізовано переваги та ризики зростання популярності Telegram-каналів як основних джерел інформації серед українців в умовах повномасштабної війни. Увагу акцентовано на питанні легальності, законності та незаангажованості новинних Telegram-каналів з точки зору інформаційної безпеки, до розгляду взято закон України «Про медіа», який вступив у дію 31.03.2023 року. Спираючись на цей закон, досліджено статус в медіасередовищі України популярних новинних Telegram-каналів та інших медіа, які продукують та поширюють контент, базуючись на платформах спільного доступу до інформації. Застосовано системний підхід до розгляду нових популярних джерел інформації в українському новинному сегменті, зокрема окреслено проблему конкурентоспроможності даних суб'єктів стосовно традиційних медіа та досліджено причини, чому саме вони конкурують із телебаченням за кількісним рівнем охоплення аудиторії. Окреслено загальні прогнози щодо майбутньої післявоєнної парадигми на медіаринку України, зокрема щодо наявності робочих місць, фахових проблем журналістів, перспектив залучення до медіапроцесів кваліфікованих кадрів, щодо форматів мовлення та питання свободи слова в демократичній державі. Наголошено на доцільності популяризації медіаграмотності та інформаційної гігієни.

**Ключові слова:** платформа спільного доступу до інформації, Закон України «Про Медіа», гібридна війна, інформаційна гігієна, соціальні комунікації, телебачення, журналістика, соціальні мережі.

**Постановка проблеми.** Ситуація на медіаринку України зазнала значних змін з початком повномасштабної російсько-української війни. Ці зміни є закономірними, і обумовлюються вимушеною потребою перцептора інформації до нових джерел для її отримання. Нові джерела інформації (медіа) мають задовольняти потребу перцептора у швидкому, оперативному обміні інформаційними повідомленнями в період екстрених ситуацій та загалом у регулярній поінформованості стосовно поточних подій. Цю нішу зайняли соціальні

мережі, зокрема платформа спільного доступу до інформації Telegram та новинні медіаресурси, які на ній базуються. На сьогоднішній день соціальні мережі поступово витісняють телевізійні канали з медіаринку та становлять для них конкуренцію.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У теоретичному аспекті вивченням теми тенденцій в українському мас-медіа середовищі в період повномасштабної російсько-української війни, а також вивченням поведінкових патернів споживачів інформації в період гібридної інформацій-

ної війни, займалися вітчизняні медіадослідники та медіадослідниці Д. Орлова, Д. Дуцик, І. Рябоштан, Г. Будівська, О. Півторак.

Практичні соціологічні дослідження, які передбачали збір статистичних даних, їх обробку та аналіз, здійснювали такі суб'єкти та інституції: Київський інститут соціології, Громадська Організація «Український інститут медіа та комунікації», Інститут Масової Інформації (ІМІ).

*Предметом* дослідження є зміна форматів масових комунікацій, яка панує у медіагалузі України з початку повномасштабної війни.

*Об'єктом дослідження* є інформаційне поле України із такими суб'єктами його діяльності: популярні телеграм-канали в українському новинному сегменті; телевізійні мовники.

**Постановка завдання.** Мета дослідження – з'ясувати причини та наслідки зростання популярності новинних медіаресурсів на платформі спільного доступу Telegram як основних джерел отримання інформації серед українців, а також проаналізувати їх з точки зору Закону України «Про Медіа».

Завдання: визначити та обґрунтувати основні тенденції на вітчизняному медіаринку, зумовлені суспільно-політичним становищем в Україні, їхній вплив на інформаційний простір.

*Методологія* цього дослідження передбачає науково-теоретичний аналіз тенденцій на медіаринку в Україні з використанням концептуальних підходів канадського вченого Маршала Маклюєна. Емпіричною основою цього дослідження є статистичні дані, отримані з опитувань української аудиторії щодо її основних джерел надходження інформації. Статистичні дані базуються на: соціологічному дослідженні Київського інституту соціології на замовлення ГО «Опора» (травень 2022) та соціологічному дослідженні (грудень 2022) Громадської Організації «Український інститут медіа та комунікації» в партнерстві з Deutsche Welle Akademie за фінансової підтримки Федерального міністерства економічного співробітництва та розвитку Німеччини (BMZ).

В процесі даного дослідження проведено аналіз Закону України «Про Медіа» та в контексті його положень розглянуто основні тенденції українських медіа.

**Виклад основного матеріалу.** Повномасштабна війна, розпочата росією 24 лютого 2022 року проти суверенної держави Україна стала рушієм невідворотних трансформацій в багатьох сферах. Медіагалузь – не виняток, і наразі перед її працівниками постало безліч проблем широкого спектру:

від зміни форматів масових комунікацій та появи нових медіазасобів – до дискредитації понять журналістських стандартів і медіаграмотності в інформаційному просторі сьогодення. Впродовж довгого періоду медіа незалежної України фактично перебували під кремлівською окупацією та контролем, і лише починаючи з 2014-го року, з перемогою революції Гідності, анексією Криму та вторгненням російських військ на українському Донбасі, держава значно підсилила заходи з викоринення проросійських наративів і прив'язок.

Повномасштабна війна спричинила суттєві зміни в медіапросторі України: тут варто говорити про зміну форматів мовлення, потужну інформаційну війну, появу нових медіа, питання інформаційної безпеки, значення медіаосвіти. Надважливим питанням для нас є залучення кваліфікованих журналістів, а також інших спеціалістів до галузі новинних медіа – режисерів, звукорежисерів, операторів та всіх, хто дотичний до виробництва медіапродукції – до сучасних реалій, їхня зацікавленість та безпосередня участь у процесах, що формують інформаційний простір сьогодення, в період надскладної й непередбачуваної гібридної війни.

Суспільно-політична ситуація в країні змінює засоби масової комунікації, а вони формують інформаційне середовище як сукупність факторів впливу на процеси в медіагалузі. Нагальною проблемою є брак робочих місць для кваліфікованих фахівців внаслідок тимчасового або повного припинення діяльності телепроектів паралельно зі зростанням конкуренції, що спричинена появою нових форматів медіа на ринку, які в основному базуються в соціальних мережах та превалюють за кількісними показниками охоплення аудиторії.

Окремим пунктом варто винести на загальне обговорення причин та наслідків появи подібних інформаційних платформ та як саме вони впливають на ментальність громадян, які патерни поведінки й які загрозові фактори вони продукують.

Найбільш актуальним питанням є неоціненне значення необхідності медіаосвіти та медіаграмотності на тлі вищезгаданих глобальних загроз [1].

Згідно до указу Президента «Щодо реалізації єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану» [2] провідні телеканали України враз припинили нескінченну гонитву за рейтингами та багатогодинні суперечки чиновників у павільйонах аналітичних ток-шоу, і доєдналися до загальнонаціонального телемарафону «Єдині Новини». Це доцільне і вимушене впровадження з точки зору національної безпеки на період воєнного стану, та водночас досить суперечливе з точки

зору наявності робочих місць. Досить велика кількість профільних фахівців – таких, як журналісти, телережисери, звукорежисери, оператори та інші, – наразі є незадіяними у виробничому процесі. Телеканали втратили можливість заробляти на рекламі та були змушені скоротити значну кількість співробітників через закриття проектів та брак належного фінансування, адже телевізійний бізнес наразі не є прибутковою галуззю для інвесторів. Також дедалі більше критикують новий уніфікований формат мовлення за посягання на свободу слова, що є неприпустимим в демократичній державі. Зокрема, низці телеканалів не дозволили доєднатися до мовлення у марафоні – це телеканали «Прямий», «5 канал» та «Еспресо». Ці канали часто пов'язують з опозиційними силами, зокрема з особою Петра Порошенка. В той же час, у матеріалах, які продукує загальнонаціональний телемарафон «Єдині новини» часто вбачають ознаки політичного піару на адресу влади, – стверджує ВВС [3]. У п. 2 статті 4 Закону України «Про медіа» [6] питання свободи слова висвітлено так: «Будь-які обмеження зазначених свобод, у тому числі при прийнятті державними органами, органами місцевого самоврядування рішень, які забороняють або обмежують розповсюдження будь-якого медіа на території України, рішень про зупинення, анулювання або відмову у видачі ліцензій, про відмову у реєстрації суб'єкта у сфері медіа, можуть бути встановлені та застосовані лише на підставі закону, якщо це є необхідним у демократичному суспільстві, а відповідне обмеження є пропорційним (ненадмірним) щодо поставленої мети. Обмеження зазначених свобод може здійснюватися лише в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку з метою запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров'я населення, для захисту репутації або прав інших людей, для запобігання розголошенню інформації, одержаної конфіденційно, або для підтримання авторитету і неупередженості правосуддя...».

Водночас виникло багато й з'являється дедалі більше нових підозрілих суб'єктів без належних досвіду, освіти та фахової підготовки, які стрімко заповнюють інформаційний простір, беручи на себе функціонал журналістів та продукуючи «біляновинний контент» у соціальних мережах. Відсутність медіаграмотності та нездатність середньостатистичного громадянина відрізнити справжню журналістську діяльність від псевдожурналістики, викривлення фактів та популізму, необізнаність із принципами елементарної інформаційної гігі-

єни дається взнаки. Популярність соцмереж значно зросла одразу після початку повномасштабної війни. За даними дослідження Київського міжнародного інституту соціології (КМІС) на замовлення громадської організації «Опора» станом на травень 2022-го року 76,6% українців переважно отримували інформацію з соціальних мереж, зокрема з платформ Telegram та Facebook. За кількісним показником охоплення аудиторії друге місце посідає загальнонаціональний телемарафон, прозорість та об'єктивність якого під наглядом державного регулятора – його за основне джерело інформації вважали 66,7% респондентів. У дослідженні також наведено статистичні дані відносно вікових категорій респондентів: молоді люди у виборі найбільш надійного джерела інформації надають перевагу соціальним мережам, а літні люди – телебаченню. 80% респондентів віком 70+ років мають довіру до телебачення, споживачі віком від 50 до 69 обирають телебачення у 60–70% випадків. Всі інші категорії обирають телебачення приблизно в 50% випадків [4]. За інформацією іншого дослідження, яке було проведене КМІС у грудні 2022 року на замовлення Українського інституту медіа та комунікації (УІМК), до повномасштабного вторгнення росії в Україну новинні telegram-канали читали 35,9% українців, а 63,3% українців почали читати їх для отримання новин саме після 24 лютого 2022 року [5]. Популярні Telegram-канали, далеко не всі з яких, варто припустити, є дійсно незалежними та незаангажованими, конкурують із телебаченням в період агресивної інформаційної війни та наявності таких загроз, як маніпулятивні новинні повідомлення, провокації та інформаційно-психологічні операції країни-терориста. Звісно, традиційні медіа, такі як провідні українські телеканали, ще задовго до повномасштабного вторгнення підтримували принцип конвергентності та мультимедійності і використовували мережу Інтернет та соціальні мережі як один із засобів комунікації зі споживачами, та були кросплатформеними. Тут мова йде саме про канали масової комунікації в соціальних мережах, зокрема інформаційні сторінки на платформі спільного користування Telegram, кількість підписників яких сягає двох мільйонів. Такі канали часто є невірфікованими, їхні власники є анонімними. Інформація, яку вони транслюють, часто є неперевіреною й непідтвердженою. Сама ж платформа Telegram є платформою спільного доступу до інформації. Відповідно до Закону «Про Медіа», який набув чинності 31 березня 2023 року: «Платформа спільного доступу до інформації – сервіс, що забезпечує

своїм користувачам за їхнім запитом можливість зберігання та поширення користувацької інформації для необмеженого кола осіб, якщо такі зберігання та поширення не є незначною та суто допоміжною функцією іншого сервісу та з об'єктивних і технічних причин не може використовуватися без такого сервісу» [6]. Провайдер платформи спільного доступу надає технічні можливості для розміщення інформації, але не має редакційного контролю над інформацією, яка поширюється, тож не може нести за неї відповідальність. Але – може мати до неї доступ. Загальновідомо, що Telegram створений росіянами Павлом та Миколою Дуровими, і хоча платформа заявляє про власну незалежність як компанії та про захист персональних даних користувачів, немає остаточних доказів цьому так само як і того, що вона не пов'язана з російськими спецслужбами [7]. Доволі часто для збільшення кількості підписників поруч із новинами щодо ситуації на фронті адміністратори інформаційних Telegram-каналів публікують рекламу з клікбейтними заголовками ганебного змісту (заклики до насильства, заголовки шокуючих тем, порнографію та інше), що є порушенням стандартів журналістської етики та неповагою до читача [8, 9]. Звісно, такі ресурси часто ще й спекулюють на темі війни, зокрема апелюючи до емоцій та відчуття обов'язку перед Батьківщиною, патріотизму, рекламуючи сумнівні фінансові збори ніби-то на потреби Збройних Сил України, однак звітів про точне спрямування коштів не надають. Тим не менше, громадяни довіряють подібним ресурсам, часто віддаючи перевагу оперативності подачі інформації, яка є високою порівняно із оперативністю роботи телевізійників, які декілька разів перевіряють достовірність фактів перед тим, як озвучувати їх в ефірі.

Оперативність та більш невимушений (неформальний), альтернативний підхід до комунікації зі споживачами – це головна перевага новинних ресурсів у соцмережах. Але навіть ті з них, які насправді є незаангажованими, мають високий ризик поширити ворожі ПСГО та дезінформацію, адже їхні анонімні власники: по-перше, ставлять в пріоритет швидкість публікації матеріалів, а не їхню достовірність; по-друге, навряд-чи всі з них знайомі з поняттями «медіаграмотність», «інформаційна гігієна» та «культура інформаційного споживання» й дійсно вміють розпізнавати приховані маніпуляції (чого, наприклад, навчають студентів-журналістів у профільних вишах) [10].

Явище інтерактивної взаємодії та обміну інформацією у соцмережах є продуктом постінформаційної епохи. Дослідники українських медіа

маючи на увазі популярні телеграм-канали в українському новинному сегменті, часто вдаються до визначення «нові нетрадиційні медіа», на противагу традиційним медіа – телебаченню, радіо та друкованим виданням. Термін «нові медіа» не є новим серед наукової спільноти. Його описували у своїх працях такі медіадослідники, як: Роберт К. Логан, Джей Девід Болтер та Річард Грусін, Лев Манович. Герберт Маршалл Маклуен досліджував розвиток «нових електронних медіа» та суспільно-культурні впливи, спричинені ним. Маклуенівські «електронні медіа» є попередниками нових діджиталізованих медіа, адже Маклуен провів науковий аналіз ще до появи персональних комп'ютерів. Герберт Маршалл Маклуен виділяє такі комунікаційні ери: дописьмова, епоха писемності, так звана «епоха Гутенберга» (поява друкарського верстата) та епоха електронної взаємодії (електронних медіа) [11]. Медіаеколог Роберт К. Логан додає до цього переліку довербальний період (*mimetic period*) та період цифрової (діджиталізованої) інтерактивної взаємодії (*digital interactive period*). Роберт К. Логан у своїй книзі *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan*. (2010) стверджує, що «нові медіа» – це ті цифрові (діджиталізовані) медіа, які є інтерактивними, впроваджують двосторонню комунікацію та містять певну форму комп'ютеризації (комп'ютерних обчислень), на противагу старим медіа – телебаченню, радіо і телефонному зв'язку. Автор стверджує, що нові медіа це технології старих медіа, доповнені використанням комп'ютерних чіпів та жорстких дисків [12]. Лев Манович, дослідник теорії цифрової культури та нових медіа, автор книги «Мова нових медіа», наводить таке визначення: нові медіа – це нові культурні форми, які є комп'ютерами або потребують взаємодії з комп'ютерами для того, щоб функціонувати: веб-сайти, віртуальні світи, віртуальна реальність (VR), мультимедіа, комп'ютерні ігри, інтерактивні інсталяції, комп'ютерна анімація, цифрове відео, кіно та людино-машинні інтерфейси [13]. Джей Девід Болтер та Річард Грусін у спільній праці «Remediation. Understanding New Media» пропонують розгляд «нових медіа» в контексті явища ремедіації. Автори наголошують: «Ми називаємо репрезентацію одного медіума в іншому ремедіацією та наполягаємо на тому, що це є провідною характерною особливістю нових діджиталізованих медіа» [14]. Це формулювання є релевантним до маклуенівських підходів до розгляду нових форм комунікацій як до тих, які поглинають минулі форми комунікацій, і Роберт

К. Логан пише про це так: «the content of the new medium is some older medium» (ред. «Зміст нового середовища – це минуле середовище»).

Розглянемо проблематику зміни форматів комунікацій в Україні на тлі повномасштабної війни з точки зору концепцій Герберта Маршала Маклуена – канадського дослідника впливу медіа на аудиторію. Зокрема, концепцію «Середовище – це меседж» («Медіум є повідомленням») та концепцію «Глобального селища» [11]. Основні дослідницькі праці Маклуена: «Галактика Гутенберга: Становлення людини друкованої книги» (1962), «Розуміння медіа: Зовнішні розширення людини» (1964), «Медіа – це повідомлення: перелік наслідків» (1967, в співавторстві з Квентіном Фіоре). В них досліджено, зокрема, вплив новітніх технологій на ментальність суб'єкта комунікацій та зумовлення так званого «розширення людини» шляхом загострення певних чинників сприйняття інформації. Зокрема, як приклад Маклуен розглядав появу друкарського верстату, спричинену цим появу друкованих видань та загострення візуального (зорового) сприйняття інформації як наслідок. Спробуємо розглянути через призму досліджень Маклуена причини та наслідки популярності та вжитку нових сумнівних медіаресурсів, які базуються в соцмережах, зокрема на платформі спільного доступу до інформації Telegram.

З точки зору теорії Маклуена, спосіб передачі інформації видозмінює цю інформацію. Тобто, впливає на аналіз інформації та висновки, які на ній базуються. Трансформації медіазасобів, спричинені повномасштабною війною і кризовим становищем в країні, та зміни медіаландшафту загалом – це взаємодоповнюючі явища. Суспільно-політична ситуація в державі визначає засоби комунікації, які будуть комфортнішими та практичнішими для споживача в екстрених умовах, а засоби комунікації формують тенденції в галузі медіа. Одна з особливостей нових технологій масових комунікацій для звичайного споживача – це доступність новини в гаджеті за мить після її появи або оприлюднення. За даними соціологічного опитування, проведеного КМІС у грудні 2022 року на замовлення Українського інституту медіа та комунікації (УІМК) для 40,8% респондентів телеграм-канали є зручним способом отримання інформації, для 39% важливим фактором є наявність оперативної інформації про повітряні атаки, 37,6% цінують телеграм-канали за швидкість оприлюднення новин, а 23,5% опитаних наголошують на тому, що телеграм-канали є важливими для них, тому що там можна зна-

йти інформацію, якої немає в традиційних медіа. Переваги: споживач має миттєвий доступ до інформації та безперервного її аналізу, тому з одного боку, можна допустити, що споживач навчається мислити об'єктивно та співставляти факти, беручи їх з різних джерел. За теорією вченого Герберта Маршалла Маклуена, поява нових засобів комунікації призводить саме до розвитку індивідуалізму, за рахунок доступності інформації та паралельного існування багатьох інформаційних середовищ (медіумів), що дозволяє порівнювати їх, робити висновки та формувати на основі цього громадянську позицію. Швидкість оприлюднення матеріалу, притаманна медіа, які базуються в соціальних мережах, впливає на аналіз інформації, ритми прийняття рішень та мислення. Тобто, такий формат адаптує мислення людини під нинішні реалії, ставлячи в пріоритет вимушену необхідність негайно приймати рішення в екстреній ситуації. Це і є так зване «розширення людини» за Маклуеном. Роберт К. Логан у книзі *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan*. (2010) [12] проводить порівняльний аналіз нових інтерактивних цифрових медіа та маклуенівських електронних медіа. Він посилається на маклуенівську концепцію «середовище – це меседж», та виділяє 14 так званих «меседжів» нових цифрових медіа, серед яких зазначено двосторонню комунікацію, спрощені можливості доступу до отримання інформації та її поширення на масову аудиторію, можливу конвергентність декількох медіа, щоб вони могли виконувати декілька функцій одночасно, можливість колективної взаємодії, безперервне навчання та самооновлення, портативність та гнучкість у часі, що дозволяє користувачам мати свободу у часі та просторі та ін. Р. Логан наголошує, що маклуенівські електронні медіа мають всього одну чи дві ознаки з цих чотирнадцяти: наприклад, старі телефони надавали можливість двосторонньої комунікації, але не були портативними, не надавали доступу до масової взаємодії, не мали відеокамер. Сучасні ж засоби комунікації мають розширений перелік переваг, однак за Маклуеном «Зміст нового середовища – це минуле середовище». З іншого боку, основним недоліком даного формату (отримання новин із соцмереж) є те, що не всі з подібних джерел інформації можуть бути прозорими та незалежними, а особливо якщо йдеться про українські новинні телеграм-канали в умовах повномасштабної війни, і перевірити об'єктивність їхніх інформаційних посилів і повідомлень вкрай складно для звичайного споживача новинного

контенту. Подача матеріалу може бути маніпулятивною, а інформаційне середовище може будуватися на викривленні фактів. Концепція ж «Глобального селища» Маклуена доречна в контексті нашого предмету з точки зору надмірної доступності інформації, що часто сприяє нечіткому розмежуванню між журналістикою та аматорством.

Проблему підміни понять у контексті журналістики та аматорства ілюструє ще одна тенденція, що стрімко зростає – волонтерство в медіа і так звані «креативні сили України». Через вимушені обставини суб'єкти без належної освіти виконують або функції журналістів, або інфлюенсерів (лідерів думок), не до кінця володіючи необхідним багажем знань і спектром поглядів. До цієї категорії відносяться любительські формування «волонтерів-монтажерів», «відеографів-волонтерів» та інших, хто взяв на себе місію висвітлювати воєнні події в Україні та сповіщати світову спільноту про становище України в воєнних реаліях. Головним майданчиком роботи в даному випадку теж є Інтернет. Це вимушене явище складно назвати «псевдожурналістикою», якщо тільки суб'єкт, який продукує та поширює новинний контент, не заявляє про себе, як про журналіста. Але варто припустити, що це є штрейкбрехерство і демпінг роботи кваліфікованих фахівців, навіть якщо це відбувається з благородних міркувань, і відзняті/змонтовані матеріали також активно використовуються сумнівними Telegram-каналами, тому що волонтерство не передбачає оплачуваної роботи. Таким чином аматори без фахової підготовки складають конкуренцію професіоналам.

Представники державних інституцій регулярно наголошують на необхідності довіряти тільки визнаним джерелам інформації. Варто згадати про появу низки офіційних каналів комунікації в онлайн-сегменті, про адаптацію мовлення органів державної та місцевої влади до трендів нової інформаційної ери. Мова йде про канали в соцмережах державних інституцій: Офісу Президента України Володимира Зеленського, Служби Безпеки України, Верховної Ради, а також низки офіційних каналів таких державних компаній, як Укрзалізниця і таке інше. Це зумовлено тими ж трансформаціями засобів масової комунікації, змінами у форматах мовлення, які орієнтовані на потреби громадян отримувати інформацію швидко та в обмежений час, особливо якщо вона стосується екстрених ситуацій, повідомлень про загрозу ракетних обстрілів, проблем евакуації населення. Ці офіційні канали є найбільш цитованими в медіа, на них посилаються всі видання

та медійні особи, та інформація, яку транслюють такі канали, є достовірною. Але не слід виключати ризиків викривлення й спотворення цієї інформації неофіційними медіа, власники яких є анонімними, походження нез'ясованим, а незаангажованість – сумнівною.

Щоб остаточно зрозуміти, як анонімні спільноти в Telegram, які поширюють новини та випереджають навіть національне телебачення за рейтингами переглядів, можуть вільно існувати та впливати на громадську думку, й наскільки легальними вони є – варто знову звернутися до закону «Про медіа», який набрав чинності 31 березня 2023 року [6]. Згідно до цього закону, державним регулятором, який відповідає за належне дотримання будь-якими медіа пунктів, прописаних у законі, є Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. Питання лише в тому, що можна вважати медіа згідно до цього закону, а що – ні, а також чому ресурси, які не мають підтвердження своєї легальності, щоб вважатися медіа на законному рівні, мають змогу вільно функціонувати саме як медіа та впливати на громадську думку. Наведемо визначення терміну «онлайн-медіа», прописане у законі «Про медіа»: «Онлайн-медіа – медіа, що регулярно поширює інформацію у текстовій, аудіо-, аудіовізуальній чи іншій формі в електронному (цифровому) вигляді за допомогою мережі Інтернет на власному веб-сайті, крім медіа, які віднесені цим Законом до аудіовізуальних медіа;» Натомість, Telegram-канал не є вебсайтом – це медіа-аресурс, який базується на платформі спільного доступу до інформації. Згідно до Закону «Про медіа» провайдер платформи спільного доступу до інформації не має редакційного контролю над інформацією, яка поширюється на платформі, тож і не може нести за неї відповідальність. Із цього можна зробити висновок, що відповідальність за поширювану на Telegram-каналі інформацію несе безпосередньо його власник (адміністратор), який має право не реєструвати свій канал як суб'єкт у сфері медіа, адже реєстрація є добровільною. Згідно до пункту 3 Статті 16 Закону «Про медіа»: Особа, яка регулярно поширює масову інформацію під своїм редакційним контролем через власні облікові записи на платформах спільного доступу до інформації, не є суб'єктом у сфері онлайн-медіа, крім випадків, якщо така особа добровільно зареєструється як суб'єкт у сфері онлайн-медіа в порядку, передбаченому статтею 63 цього Закону». У пункті 11 Статті 2 Закону «Про медіа» вказано також таке: «Дія цього Закону поширю-

ється на всіх суб'єктів у сфері онлайн-медіа, що відповідають вимогам частини восьмої цієї статті, у тому числі тих, що не були зареєстровані як суб'єкт у сфері медіа у встановленому цим Законом порядку. < > При вирішенні питання, чи є особа, яка поширює інформацію з використанням мережі Інтернет, суб'єктом у сфері онлайн-медіа, Національна рада застосовує критерії, встановлені органом спільного регулювання». Бачимо багато протиріч, зокрема у самому визначенні «онлайн-медіа», яке передбачає наявність саме свого веб-сайту, чого не мають сумнівні Telegram-канали. Тож дія закону може на них не поширюватися. Якщо все-таки окремих ресурс на платформі спільного доступу Telegram відповідає «критеріям, встановленим органом спільного регулювання» та може вважатися онлайн-медіа – реєстрація для нього є добровільною та необов'язковою. Питання журналістської кваліфікації, акредитації та фахової підготовки стосовно суб'єктів власників онлайн-медіа – у законі не згадане. Реєстрація подібних медіа є добровільною. І, підкреслимо, що відсутність реєстрації та наявність порушень не є, все ж, підставою для повного закриття його веб-сайту. У випадку трьох порушень пунктів закону власники зареєстрованих онлайн-медіа зобов'язані сплатити штраф. Дія закону, як було згадано вище, поширюється також на незареєстрованих суб'єктів медіа, однак в такому випадку останні заплатять штраф у випадку аж п'яти порушень пунктів закону, що є додатковим стимулом не реєструвати свій ресурс, який базується на платформі спільного доступу до інформації Telegram.

Тож, з огляду на проблеми, які згадано вище, ситуація в медійній галузі України зараз не є стабільною та збалансованою, навіть з урахуванням наявності офіційних каналів мовлення та загальнонаціонального телемарафону «Єдині Новини». Це стосується як ризиків отримання недостовірної інформації з неофіційних джерел, так і становища професійних журналістів на ринку. Важко спрогнозувати, як зміниться парадигма після української перемоги. Невже чисельна когорта «креативних волонтерів», зважаючи на «їхні заслуги», триумфально й плавно переселиться в затишні апаратні й студії телеканалів і повториться відома до болу ситуація середини 90-х, коли в тодішніх «ЗМІ» працювали представники абсолютно всіх професій, окрім справжніх журналістів?

Радник керівника Офісу Президента Михайло Подоляк наголосив на тому, що марафон під час війни – це нормально, але після перемоги потреба у ньому зникне, адже держава в повному обсязі

буде готова відповідати на безліч різних питань, які стосуються економіки, соціальної політики та інших суспільно-важливих тем, тому медіаринок буде змінюватися [15]. Але чи буде відновлено телевізійне виробництво у повному обсязі, та як довго воно буде реабілітуватися після нинішніх змінених форматів мовлення? Час іде, і нові засоби комунікації займають свою нішу та адаптують медіаринок під свої умови. Що ж стосується Telegram-каналів – перспективи також туманні, адже війна триває вже більше року, і за цей час досі не встановлений конкретний регулятор, який вестиме нагляд за діяльністю телеграм-каналів. Міністр культури та інформаційної політики України Олександр Ткаченко в інтерв'ю агентству «Інтерфакс-Україна» зазначив, що так зване регулювання Telegram-каналів – поки що перебуває на обговоренні на рівні «давайте поговоримо» [16]. Мова не йде про повну заборону платформи на території України, а лише про заходи з регулювання інформаційної політики телеграм-каналів. Неінституціоналізовані телеграм-канали з анонімними власниками мають величезний вплив на інформаційне середовище, але не підпадають під основний закон, який регулює українські медіа. Тим не менш, ця новина збурила користувачів соцмереж: багато хто нарікає на посягання на свободу слова, адже ми живемо в демократичній державі, і методи абсолютного контролю навіть над діяльністю в мережі Інтернет можна назвати тоталітарними. Але, з іншого боку, у демократичній державі кожен має право відкрито заявляти про свою позицію, де слово «відкрито» – ключове. Ми, як громадяни демократичної країни, маємо знати хто конкретно і яку інформацію вливає нам у вуха, на рівні з масштабними національними медіаресурсами. Оптимальним методом регулювання діяльності Telegram-каналів було б впровадження певних заходів контролю за інформаційною політикою лише тих ресурсів (telegram-каналів), які виконують функції медіа та мають інформаційний вплив на масову аудиторію. Критерієм для визначення таких ресурсів має бути кількісний показник охоплення аудиторії ресурсу, за умови що канали, кількість підписників яких не сягає певної позначки, не підпадають під контроль регулятора.

**Висновки.** У даному дослідженні було проаналізовано тенденції, які превалюють на ринку українських медіа з початку повномасштабної війни, здійснено науково-теоретичний аналіз популярних цифрових медіа, зокрема медіаресурсів, які базуються в соцмережах. Висновком

цього дослідження є те, що соціальні мережі – це продукт сучасності, і їхнє існування без ризиків для суспільства в стані війни, зокрема інформаційної війни, можливе лише за умови впровадження сучасних підходів до їх регулювання. Окрім того, що соціальні мережі це продукт епохи новітніх інформаційних технологій – вони також є необхідністю та потребою суспільства, що зумовлено суспільно-політичною ситуацією в країні. Наразі закон України «Про медіа» має багато прогалин, що стосується діяльності соціальних мереж в Україні. Якою ж буде післявоєнна ситуація – залежить від того, чи будуть вжиті заходи з регулювання медіа, які базуються в соціальних мережах, усунення ризиків дезінформації та інформаційних вкидів, впровадження журна-

лістської освіти та кваліфікації як обов'язкової умови для роботи в медіагалузі, вирішення проблеми відсутності робочих місць та відновлення активного конкурентоспроможного телевізійного ринку. Завдання фахівців у галузі медіаосвіти – спонукати майбутніх спеціалістів максимально відстоювати своє право на професійну діяльність у власній галузі; стверджувати поняття журналістської освіти та дотримання журналістських стандартів як основних маркерів кваліфікованої медійної діяльності; впроваджувати медіаграмотність серед населення як основний чинник в процесі отримання, відбору та аналізу інформаційних повідомлень. Ми маємо, в позитивному сенсі насаджувати й культивувати журналістську професійну гідність серед наших вихованців.

#### Список літератури:

1. Dutsyk D. Transformation of media literacy sphere in full-scale war in Ukraine – Diana Dutsyk, Dr. Dariya Orlova, Halyna Budivska, February–June 2022. URL: <https://www.jta.com.ua/>
2. Указ Президента України Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 18 березня 2022 року «Щодо реалізації єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/152/2022#Text>
3. Телемарафон: Як він змінює українське суспільство та медіаринок – BBC News Україна – <https://www.bbc.com/ukrainian/features-64112594>
4. Київський міжнародний інститут соціології: Де українці беруть інформацію? URL: <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=news&id=1117&page=4>
5. «Як функціонують та завойовують аудиторію телеграм-канали-мільйонники» – результати дослідження УІМК. URL: <https://www.jta.com.ua/news-and-reports/yak-funktsionuiut-ta-zavoyovuiut-audytoriiu-telehram-kanaly-milyonnyky-rezultaty-doslidzhennia-uimk/>
6. Закон «Про медіа». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>
7. Від «Трухи» до Гордона: найпопулярніші канали українського сегмента Telegram – Ірина Рябоштан, Олексій Півторак, Ксенія Ілюк, Детектор Медіа. URL: <https://detector.media/monitorynh-internetu/article/202665/2022-09-09-vid-trukhy-do-gordona-naypopulyarnishi-kanaly-ukrainskogo-segmenta-telegram/>
8. Crime and Media: A Reader – Chris Greer, City University London, 2010. URL: [https://www.academia.edu/25620094/Crime\\_and\\_Media\\_A\\_Reader](https://www.academia.edu/25620094/Crime_and_Media_A_Reader)
9. Професійні журналістські стандарти – Інститут Масової Інформації. URL: <https://imi.org.ua/advices/profesijni-zhurnalistski-standarty-normatyvna-dovidka-i31933>
10. Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки : навчальний посібник / за заг. ред. В. О. Жадька ; ред.-упор. : О. І. Харитоненко, Ю. С. Полтавець. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. 356 с.
11. Marshall McLuhan. «Understanding Media. The extensions of man». URL: <https://designopendata.files.wordpress.com/2014/05/understanding-media-mcluhan.pdf>
12. Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan. (2010) Peter Lang Publishing. ISBN 978-1-4331-1126-6
13. The Language of New Media (Cambridge, Mass.: MIT Press, 2001). Lev Manovich
14. Remediation: Understanding New Media – Jay David Bolter, Richard Grusin. URL: [https://monoskop.org/images/a/ae/Bolter\\_Jay\\_David\\_Grusin\\_Richard\\_Remediation\\_Understanding\\_New\\_Media\\_low\\_quality.pdf](https://monoskop.org/images/a/ae/Bolter_Jay_David_Grusin_Richard_Remediation_Understanding_New_Media_low_quality.pdf)
15. Після перемоги потреби в єдиному телемарафоні не буде – Подоляк – Інститут Масової Інформації. URL: <https://imi.org.ua/news/pislya-peremogy-potreby-v-yedynomu-telemarafoni-ne-bude-podolyak-i50411>
16. Ткаченко про телеграм: Я не говорив би про заборону, я говорив би про певне регулювання – Interfax-Україна. URL: <https://interfax.com.ua/news/telecom/906774.html>



**Badion S. V. SOCIAL NETWORKS, “UNITED NEWS” TELETHON AND THE MEDIA MARKET IN UKRAINE DURING A FULL-SCALE WAR**

*The article explores the main trends dominating the field of Ukrainian media since the beginning of the full-scale war. The impact of modern information and communication technologies on the domestic mass-media landscape in the circumstances of active hybrid war is outlined. The problem of the formation of new media-sources caused by the socio-political situation and the growing popularity of social networks is revealed. The formative aspects of the impact of modern information technologies on public discourse and the civic position of an average information consumer are analyzed. The actual problems of Ukrainian television in the conditions of martial law are revealed. A comparative analysis of the polar communication technologies – television and the Internet – is conducted in terms of differences in information processing and publication. The perceptual-cognitive processes of information consumers (recipients) are considered from the perspective of M. McLuhan's scientific concepts. The advantages and risks of the growing popularity of Telegram channels as the main sources of information for Ukrainians in the conditions of full-scale war are analyzed. Attention is focused on the issue of legality and legitimacy of Telegram channels in terms of information security, and according to the Law of Ukraine “On Mass Media”, which entered into force on March 31, 2023. A systematic approach is applied to the research of new popular information sources in the Ukrainian news segment, in particular, the problem of the competitiveness of these sources with respect to traditional media is investigated. The reasons why they compete with television for the quantitative level of audience coverage are reviewed. General predictions regarding the future post-war paradigm in the media market of Ukraine are outlined. Also, emphasis is placed on the importance and feasibility of promoting media literacy and information hygiene.*

**Key words:** shared access information platform, The Law of Ukraine “On Mass Media”, hybrid war, information hygiene, social communications, TV, journalism, social media.

**Baliun O. O.**

National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

**Fisenko T. V.**

National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

**Solomka P. I.**

National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

## FOREIGN EXPERIENCE OF IMPLEMENTING ECOLOGICAL RESPONSIBILITY BY FASHION BRANDS

*The foreign practices of implementing ecological responsibility by fashion brands are examined using the examples of companies like Inditex, Stella McCartney, Levi Strauss & Co, and Burberry. The results of their analysis provide grounds to assert that the mentioned companies exhibit a high level of engagement with eco-initiatives and motivation for their use, driven by the global urgency of environmental conservation and positive reception of eco-activities by various stakeholders. A comprehensive understanding of the concept of corporate social responsibility, particularly its ecological component in the context of fashion brands' approach to environmental issues and the direct impact of eco-initiatives on reputation, has been formed.*

*Technologies and tools for ecological practices applied in CSR programs have been systematized into categories such as eco-production, eco-products, eco-measures, eco-processes, eco-collaboration, eco-strategies, and eco-communications. It is clarified that foreign brands closely collaborate with international and public organizations, adhere to standardization rules, publish annual non-financial reports, and implement ecological strategies in their interactions with both internal and external stakeholders.*

*Designer brands are prominently raising awareness about conscious consumption and eco-friendliness, focusing not only on ecological sustainability but also on social initiatives, particularly concerning employee well-being and their encouragement to adopt ecological practices in the workplace. The primary channels for informing the public about ecological activities remain their own websites and social media platforms. The promotion of ecological initiatives mostly occurs through advertising, PR, and events.*

**Key words:** *ecological responsibility, corporate social responsibility, fashion-brand, promotion, reputation.*

**Problem statement.** With each passing year, the issue of ecological responsibility becomes increasingly relevant, and most brands are striving to implement various ecological initiatives by any means possible. Firstly, consumers are becoming more conscious about consumption and often choose brands that align with their internal beliefs, while abstaining from meeting consumer needs can lead to customer loss. Secondly, ecological responsibility is a component of robust reputational resilience that forms over the long term. If fashion brands do not leverage this advantage now, their prospects may be bleak from all stakeholder groups. Globalization has contributed to maximizing the speed of clothing production, which, in turn, has led to increased exploitation of natural materials and resources. Therefore, environmenta-

lists consider the fashion industry as one of the most polluted industrial sectors. “Sustainable fashion” is gaining popularity, which involves careful resource management to reduce waste and climate impact, animal welfare protection, as well as ensuring fair treatment of workers throughout the supply chain. In this regard, it is interesting to study the experience of Western fashion brands to standardize it for the potential implementation of certain aspects in Ukrainian practice.

**Analysis of recent studies and publications.** The issue of researching the impact of foreign fashion brands on the environment is quite relevant in scholarly discourse. Researchers Rangel-Buitrago & Gracia C. draw attention to the negative impact of fast fashion on the environment: “One of the principal

products of the apparel industry is **Fashion Waste (FW)** which encompasses the materials and products discarded throughout the lifecycle of fashion items, from design to post-consumer stages” [1]. According to them, to reduce the impact of fashion waste, it is necessary to implement effective management strategies. In this regard, scientists are concerned about the phenomenon of greenwashing in the fashion industry. In particular, researchers Alizadeh, Liscio & Sospiro after analyzing scientific works on this topic defined a five-element conceptual framework, intending to encompass the key facets that enable the identification of greenwashing practices within a company [2]. In this context, scientists raise questions about who is responsible for the environmental issues associated with clothing production. Terminological discussions among researchers involve the term 'sustainable fashion,' which is the opposite of the concept of fast fashion [3].

Scientists also discuss the problem of forming a culture of sustainable fashion. In particular, they pay attention to a value-action gap concerning clothing where environmental consciousness does not cohere with behaviors. In the research, the cultural thematic schemata (from cultural theory) are used as a heuristic device to tailor solutions that could reduce the value-action gap concerning sustainable clothing based on in-depth qualitative research [4]. On the other hand, scientists pay attention to the paradox, when fashion consumers say they care about the environment, they do not want to pay more for products coming out of a cleaner production chain [5].

Researchers Rekdal Remme A.M., Stange S.M., & Fagerstrøm A. propose developing the “blockchain trademarked” technology for shaping and promoting a culture of conscious fashion consumption [6]. On the other hand, Johnstone L. and Lindh C. propose that online strategies such as social media influencers should be used to (un)consciously market sustainable garments [7]. In this regard, we would be interested in exploring the means and tools through which foreign brands promote environmental responsibility in the fashion industry.

**The purpose of the article** is to identify and summarize the characteristics of global experience in integrating the environmental component of corporate social responsibility into the activities of fashion brands.

**The results and discussion.** Considering modern consumption trends, we will analyze the environmental responsibility of foreign brands according to the following gradation: mass-market, mid-market, and luxury segment brands of the fashion industry. The analysis will be based on the non-financial reports

of recent years and information on the official websites regarding the sustainable development of such companies: Inditex [8], Levi Strauss & Co [9], Stella McCartney [10], and Burberry [11].

The Spanish mass-market company Inditex has an extensive network of stores and is a global leader in the retail trade of clothing, footwear, and accessories. It includes well-known brands such as Zara, Stradivarius, Massimo Dutti, Oysho, Pull&Bear, Bershka, Uterque, and Zara Home. The company's website provides publicly available information on standards, codes, norms, and rules that the company adheres to in various areas. Regarding environmental initiatives in its CSR policy, the company emphasizes the importance of preserving the environment and animal welfare, focusing on the rules that brands must follow. The company consistently implements the “Principles of Environmental Sustainability Policy” in its practical activities [8].

Let's consider how each stage of the environmental model of Inditex is practically implemented. At the design stage, the company obliges employees in departments to undergo training on the principles of the circular economy so that employees, immersed in creativity, consider the raw materials to be used in the production process: their safety, recyclability, etc. Thus, the company introduced a technical online course, which by the end of 2020 all enterprise designers are expected to complete. In addition, in 2019, over 10,000 employees underwent training on environmental sustainability issues, which the company developed for employees in all markets where stores are present. Such educational initiatives of the company contributed to the release of a series of collections with environmental accents. For example, the brand Bershka, in collaboration with National Geographic in 2019, launched a collection created using materials such as recycled polyester and organically grown cotton. The products themselves focused on highlighting the uniqueness of the environment and the beauty of animals [12].

Another step in building an environmentally conscious brand Zara is the Care for Water collection, which initiated partnerships with organizations such as Water.org and the Organic Cotton Accelerator (OCA). The initiative aims to have a positive impact on water resource management in communities producing organic cotton. All clothing was made with special attention to water usage, and materials and technologies were chosen to reduce consumption and preserve freshwater resources.

Inditex has implemented its biodiversity strategy based on UN principles, committing the company at all levels of activity and daily management to environmentally and ethically responsible business

decisions. Therefore, the company uses the Join Life labeling for its items, confirming that the clothing is made from the most environmentally friendly materials and that the production process minimally harms the environment. For example, only fibers meeting the requirements and commitments of the CanopyStyle initiative, which protects forest conservation, are allowed in the viscose category. Some brands have managed to increase demand for eco-friendly clothing by offering their products from the Join Life collection: Oysho (37%), Bershka (25%), and Zara (21%). The overall growth rate of demand for eco-clothing across all brands in 2019 was 19%, and by the end of 2020, it is planned to increase to 25%.

Regarding raw material selection, Inditex increased the use of recycled materials by 250% in 2019, with environmentally friendly cotton accounting for 150%. Moreover, the corporation collaborates with the most relevant international initiatives contributing to the stability of the cotton sector. Inditex is a member of Textile Exchange, the Better Cotton Initiative, and one of the founders of the aforementioned Organic Cotton Accelerator (OCA) initiative. Since 2017, the company has supported a public-private partnership with the International Labour Organization to improve working conditions for cotton supply chain workers. As a result of such a conscious selection of eco-friendly materials, the Material Change Insights Report by the independent organization Textile Exchange positions Inditex as the third-largest company in the world in terms of organic cotton consumption and the fifth-largest in terms of recycled cotton consumption for 2019.

Inditex continually seeks to find new innovative environmental technologies and collaborates with the Massachusetts Institute of Technology (MIT) to promote textile recycling processes and innovative technologies that help achieve the strategic goals of the circular economy. In its global sustainability initiatives, Inditex announced its intention by 2025 to sell only eco-friendly clothing in its stores, manufactured according to sustainability principles [13].

Animal welfare policy is also part of Inditex's environmental initiatives. The company has introduced ethical standards for the use of animal products in line with the Five Freedoms of Animal Welfare for ethical and responsible animal treatment. The policy was developed in partnership with the Humane Society of the United States. Since 2012, Inditex has not used natural fur in its clothing designs, and since 2015, the company has discontinued the sale of products made from angora wool.

At the sourcing stage, Inditex adheres to three constants: 1) transparency and accountability; 2) social management; 3) environmental management. For environmentally friendly sourcing, the company follows rules based on two programs: The List and Ready to Manufacture, which help understand the substances and chemicals used in production. In the implementation stage of decarbonization and the circular economy, Inditex focuses on reducing energy consumption, water reuse, and material recycling, as well as reducing carbon emissions, essential tools for environmental stewardship. In 2019, the company became one of the founders of the Fashion Industry Pact, aimed at stopping climate change by achieving zero greenhouse gas emissions by 2050; restoring biodiversity; and protecting oceans, which includes eliminating single-use plastic by 2030. In 2019, emissions were reduced by 35% per square meter, and the use of energy from clean sources increased by 63%. By 2025, Inditex aims to achieve 80% consumption of renewable energy across all its facilities. Inditex makes significant investments in the eco-efficiency of its sales points, factories, and other premises. Since 2009, Inditex has certified its facilities according to sustainable building standards: LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) and BREEAM. Since 2018, all the company's brands have supported the ISO 50001 and ISO 14001 standards. In 2019, the company equipped over 5,000 stores with energy-efficient resources, accounting for 92.7% of the Inditex group's stores.

The company pays special attention to packaging standards. The Green to Pack program allows the use of packaging made from recycled materials, extending their lifespan and making them recyclable. Zara Home has eliminated all plastic from its online orders, while regular Zara has achieved a 100% elimination of all polyethylene bags from its stores [8]. However, the communication strategy regarding Inditex's environmental efforts is limited to occasional news materials in online publications, informing about the goals of individual brands.

Despite Inditex's significant contribution to the development of environmental sustainability within its brands and the fashion industry as a whole, some brands of the company, including Zara, are often accused of "greenwashing" [14]. Furthermore, the organization Good On You, as of 2020, assesses Zara's environmental performance as "not good enough", noting that the brand does not provide evidence of its environmental activities in financial reports, thus raising certain suspicions about the credibility of its proclaimed environmental initiatives [15]. The same situation applies to other brands of the Inditex company.

The brand's reputation component can be tracked in the annual report of the most valuable and powerful brands of 2023 – Apparel 50. For example, the Spanish retail network Zara dropped from 2nd place in 2019 to 9th in 2023. A similar situation occurred with the brand Bershka, a part of the Inditex company [16]. The Fashion Transparency Index focuses on studying the transparency of brands' activities in the fashion industry. The report highlights brands such as Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, and Pull&Bear, which are rated at 44%, while Zara has an overall transparency score of 43% [17]. Next, let's consider a company from the mid-market segment – Levi Strauss & Co., which produces Sustainable Development Reviews every year. We'll analyze its strongest eco-initiatives in areas such as “Water”, “Climate”, “Raw Materials”, “Chemicals”, “People”, and “Recycling”.

In garment and footwear production, the brand introduced the Waterless environmental technology in 2011, which helps save over 3.5 billion liters of water during product finishing. The brand strives to manufacture clothing using technologies that reduce material impact and seeks more sustainable sources of raw materials, currently using 91% of such fabrics. Additionally, the company places significant emphasis on cotton – to ensure it belongs to sustainable material, the company collaborates with the Better Cotton Initiative (a farm of organic or recycled cotton), which finds more efficient water supply methods and implements more environmentally friendly cotton cultivation methods.

Regarding climate stability, the Levi Strauss & Co. brand has committed to reducing carbon emissions at its facilities by 90% and by 40% across its global supply chain by transitioning to 100% renewable energy by 2025. In the fight against harmful chemicals in production, Levi Strauss & Co, together with brands like Nike, H&M, and C&A, launched the Screened Chemistry program, which helps identify the potential impact of chemicals on health and the environment, allowing companies to prevent hazardous chemicals from entering garment supply chains.

It is worth noting the application of organizational eco-processes within the company, namely the implementation of Accounting for Sustainability, proposed by the company's financial director together with Prince Charles of Wales (UK), to actively involve financial leaders in activities and programs aimed at stimulating efficiency and environmental sustainability of corporate actions regarding climate change [9].

The analysis of Levi Strauss & Co's environmental sustainability shows that its eco-initiatives and implementation are based on real actions rather than a simple communication strategy attempting to build the

reputation of an environmentally responsible brand. Moreover, the organization Good On You rated the brand's sustainability efforts in 2020 as “excellent”, acknowledging its continuous progress and innovation in implementing environmentally sustainable solutions during the production of goods [18]. Regarding the reputation component, according to RepTrack data for 2023, Levi Strauss & Co entered the top 30 companies distinguished by reputation in the global market, ranking 26th. The Reputation Institute noted a strong emotional connection between consumers and the brand [19]. However, the Fashion Transparency Index evaluates the overall transparency and openness of the brand at 50%.

Now, for comparison, let's assess luxury segment brands using the example of the Stella McCartney brand. The company's website has a separate category called “Sustainability”, allowing for an analysis of the brand's environmental aspects. Stella McCartney actively uses eco-friendly materials: knitwear is made from reconstructed cashmere that does not impact the environment through animal husbandry; viscose comes from environmentally sustainable forests; the design of items excludes the use of fur and natural leather (for example, sneakers are made from vegan leather); only organic cotton is used; nylon and polyester are recycled; an innovative material called “synthetic spider silk” (silk of the future) has been created – a method of non-violent cultivation and collection of silk; only recycled metals are used; wool is sourced from farms that support animal welfare and the environment.

The brand's environmental impact is measured at every stage through the innovative Environmental Profit and Loss (EP&L) tool. The EP&L eco-process is a form of natural capital accounting that measures greenhouse gas emissions, water use and pollution, land use, air pollution, and waste accumulation in the global supply chain. Quantitative data is converted into monetary value, allowing the understanding of hidden costs and benefits derived from the brand's environmental activities. Based on EP&L measurement results, the Stella McCartney brand has stopped using natural cashmere since 2017 because even if 0.1% of this material was used during production, it caused 42% damage to the environment at the raw material production stage. Stella McCartney does not use natural leather or fur in its products. Since 2017, the Stella McCartney brand's supply chain consists of environmentally sustainable forest management in Sweden and their certification. Cellulose goes from Sweden to Germany, where it is transformed into high-quality viscose yarn. This viscose is then further processed into fabrics for garment production in Italy.

Together with H&M and GINETE in 2017, the Stella McCartney brand introduced the Clevercare clothing labeling ecosystem, which focuses on reminding customers of the environmental damage they can cause during washing and caring for their items. The company provided consumers with ecological care rules through a series of communication campaigns.

Stella McCartney's eco-friendly stores and offices use environmentally friendly wood and packaging paper; energy-efficient lighting; green energy; hardware and furniture purchased at auctions or locally sourced. Stella McCartney also actively organizes eco-events. In particular, in 2017, on World Oceans Day, the "Ocean Legends" project was launched in collaboration with organizations Parley for the Oceans and Sea Shepherd, which supported ocean protection efforts. As part of the collaboration between Stella McCartney and Parley for the Oceans, a limited collection of Falabella Go backpacks made from recycled marine plastic yarn was released. The proceeds from sales went entirely to support the Sea Shepherd mission, which aims to protect all marine wildlife and stop ocean destruction [10].

Stella McCartney actively promotes circular economy initiatives based on the principles of "eliminating waste and pollution; reusing materials and regenerating the company's natural systems", and seeks to encourage other fashion industry brands to engage in similar activities. The brand is a member of the Sustainable Apparel Coalition. In July 2019, Stella McCartney and luxury fashion conglomerate LVMH announced a partnership to develop the Stella McCartney brand further. This partnership aims to support Stella McCartney's strong commitment to sustainable development and ethical luxury fashion [20].

Using Stella McCartney as an example, significant contributions of the brand to communication strategies for spreading information about the company's environmental impact can be observed. Information about the brand regularly appears in online publications such as *The Guardian*, *Vogue*, *Harper's Bazaar*, etc., yet the brand consistently adheres to sustainability and ecological ideas and fulfills commitments. The organization Good On You rates the brand's performance as "very good" [21]. The Stella McCartney brand has entered the top best ethical luxury brands and ranked first in the Ellen MacArthur Foundation's rating (a charitable organization aimed at inspiring generations to rethink clothing consumption) [22].

The next brand in our study is Burberry, which also provides information about eco-initiatives on its official website. The global goal by 2022 regarding sustainable development is to create products and orga-

nize events that will make a positive contribution to the planet and people. The company focuses on three eco-friendly directions. The first direction is the product itself. The company focuses on research to develop fabrics of the future, stimulate demand for eco-materials, and improve supply chain performance. Burberry's progress in eco-product manufacturing from 2019 to 2020 includes 75% of cotton being sourced more sustainably, and 64% of leather having ecological, socially responsible, and transparent certification. The company also develops products from innovative materials, for example, The ECONYL collection made from environmentally friendly nylon yarn made from regenerated fishing nets, defective fabric, and industrial plastic [23]. For Burberry's packaging, it chooses signature oak-colored paper, consisting of at least 40% recycled paper cups. The brand's clothing is transported on recycled hangers and in cases made entirely from recycled polyester.

The second direction is the company's environmental activity, based on new approaches to waste, 100% renewable energy use, and increased eco-efficiency. Burberry's achievements include an 86% reduction in market emissions; 90% of global stores, factories, and offices use renewable energy sources; there is no destruction of unsaleable products, and zero waste at landfills for key facilities in Italy and the UK [24].

The third direction focuses on the importance of communities and their associations in overcoming inequality in education, accelerating the expansion of economic rights and opportunities for work in remote communities, and developing cohesion, and environmental sustainability in communities that support the fashion industry. For example, The Burberry Foundation, founded in 2008, is an independent charitable organization that seeks to use the power of creativity to stimulate positive changes in global communities and build a more environmentally sustainable future through innovation. In Afghanistan, the company conducts training to improve the livelihoods of communities of cashmere goat herders, teaching herders to manage livestock sustainably and collaborate with communities to improve access to markets. As of today, 7,000 people benefit from this program, which teaches herders sustainable livestock management and cooperation with communities to improve market access.

The British brand's eco-efforts in the fashion industry include its "carbon contribution", aimed at investing in projects aimed at reducing harmful emissions within its supply chain network. Moreover, the brand conducted a carbon-neutral show and established a "restoration fund" to support initiatives aimed at reducing the brand's negative impact on the environ-

ment. The first project involved working with Australian wool producers [25]. The brand's communication activity regarding environmental sustainability can be traced in several relevant fashion publications.

Analyzing the luxury segment brand Burberry, it is evident that the company is in the initial stages of implementing sustainable brand development. This view is also held by the organization Good On You, which emphasizes that the Burberry brand has a good supplier control policy but uses exotic animal-derived products in production, which does not align with ecological sustainability principles. The overall rating of the brand in terms of social responsibility is “beginner”, but in terms of ecological sustainability, it has a rating of “good”, although the company currently uses an insufficient amount of ecological raw materials.

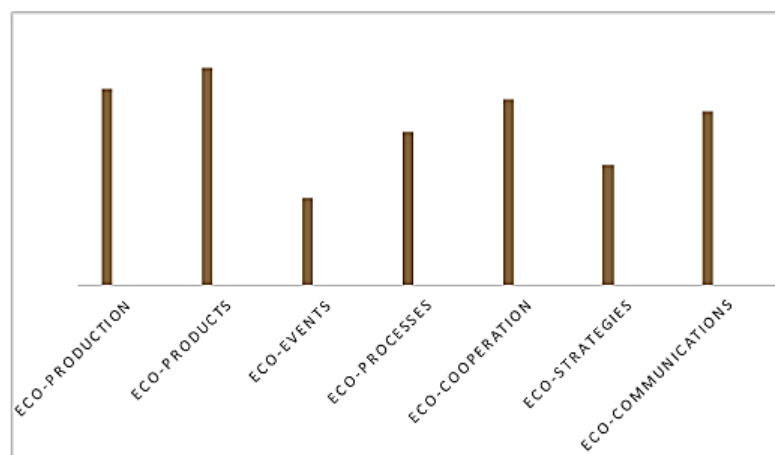
The Fashion Transparency Index assesses Burberry's transparency at 36%. The brand has a strong online reputation, as it made it to the top 15 most popular luxury brands for online activity in 2020, ranking 10th. According to the Best Global Brands ranking, which ranks brands based on three key indicators determining brand value (financial performance of branded goods or services; brand's role in purchase decision-making, and brand strength), the Burberry company ranked 97th out of 100 [27]. Burberry has been included in the Dow Jones Sustainability Index 2019 (DJSI) for the fifth consecutive year and ranked 3rd in the “Textiles, Apparel, and Luxury Goods” sector.

It is important to note that many fashion brands nowadays use eco-friendliness not just as part of their CSR (Corporate Social Responsibility) but as the core idea for conducting business to support slow fashion and conscious consumption. An example of this is the brand Story.mfg – <https://www.storemfg.com>, a British clothing store created based on social activism, namely creating clothing from eco-friendly materials, with natural fabric dyeing, vegan-based, following traditional clothing creation methods, encouraging hand-sewing, combined with fair wages, comfortable working conditions, and using all environmentally sustainable business practices – from manufacturing methods to results. Moreover, the clothing itself advocates for saving natural resources. The brand owners believe that only an increase in the number of small eco-friendly brands can change the environmental component of the fashion industry, as large brands usually talk more about eco-achievements than implement them [28].

Based on the analyzed international fashion brands, let's systematize specific types of ecological practices applied in the CSR programs of companies into the following categories:

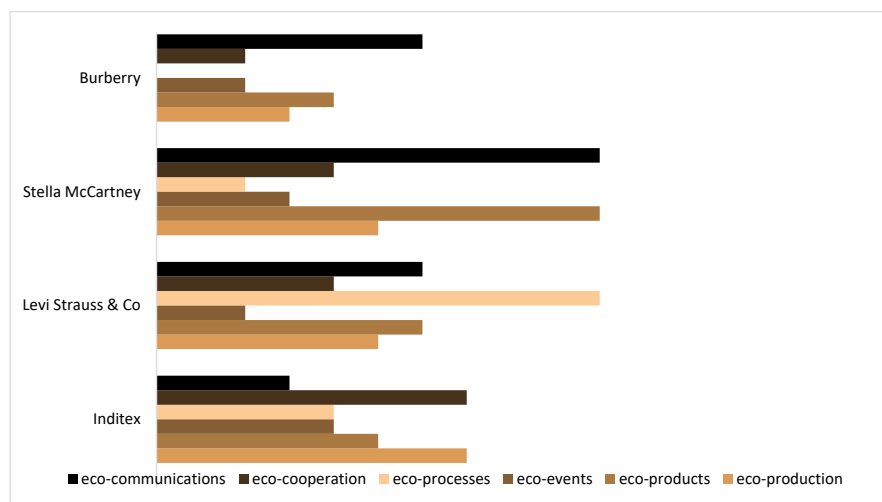
- Eco-production/technologies/innovations – technologies or methodologies used for producing clothing, footwear, and accessories with minimal environmental impact, using energy-saving resources, alternative energy sources, innovative technologies, etc.
- Eco-products – products manufactured by brands from environmentally friendly, organic, innovative, and recycled materials.
- Eco-events – events, activities, and training with environmental initiatives that the brand implements on two levels – internal (employees, partners, etc.) and external (consumers, investors, the public, etc.) to popularize environmental protection.
- Eco-processes – internal optimization of functional operations aimed at eco-friendliness.
- Eco-collaboration – combining efforts of various stakeholder groups (NGOs, local authorities, commercial projects, etc.) with common environmental goals to achieve global results.
- Eco-strategies – company goals in a sustainable dimension, which it wants to achieve through a sequence of ecological actions contributing to their implementation.
- Eco-communications – confirming own sustainable development through disseminating information about the brand's activities in a sustainable direction.

To determine the ratio of used ecological initiatives across different categories at all levels, we will summarize their total number for the analyzed companies and present the results in the form of a histogram (Figure 1).



**Fig. 1. Ratio of eco-categories used by international companies**

*Source: Authors' computation based on the reporting of companies*



**Fig. 2. Ratio of eco-categories used by international companies**

*Source: Authors' computation based on the reporting of companies*

It can be argued that most brands focus on implementing ecological production, resulting in ecological products. They are also oriented towards pooling efforts to achieve global results. For a detailed analysis, we will break down the processes for each brand and present them in the form of a line histogram (Figure 2).

From the graphical indicators, it can be concluded that foreign fashion brands in CSR activities aimed at environmental protection use various categories of sustainable brand development. For example, Inditex focuses more on developing ecological production and innovations through collaboration with various NGOs but uses ecological processes and measures less actively for their promotion. Levi Strauss & Co. stands out for the large number of implemented ecological processes. Stella McCartney features a significant number of ecological products and is the brand that most actively implements ecological communication strategies. Burberry has the lowest scores across all categories, indicating an early stage in becoming an environmentally sustainable fashion brand.

**Conclusions and suggestions.** The results of the analysis of foreign practices in implementing ecological responsibility of fashion brands (Inditex, Stella

McCartney, Levi Strauss & Co, Burberry) within CSR provide grounds to assert a high level of involvement in eco-initiatives and the motivation for their use, driven by the global urgency of environmental conservation and positive perception of eco-activity by various stakeholders. The EU's environmental policy is based on the principles of caution, prevention, and rectification of pollution at the source, as well as the principle of "polluter pays," regulated by the Environmental Liability Directive. Therefore, companies that harm the environment through their activities must bear financial responsibility, as there is a cost associated with any goods and services.

Thus, the ecological initiatives of fashion brands abroad have taken a clear position both in communication strategies to enhance reputation and in addressing global issues. However, the main emphasis should be on the fact that brands that do not adapt to the demands of society, consumers, and other stakeholders in terms of sustainable development may face risks such as loss of market share, reflected in financial indicators; loss of customers and demand; decrease in reputation indicators across all stakeholder groups; and depreciation of the brand both emotionally and financially.

#### Bibliography:

1. Rangel-Buitrago, N., Gracia C, A.. From the closet to the shore: Fashion waste pollution on Colombian Central Caribbean beaches. *Marine Pollution Bulletin*. 2024. Vol. 199. P. 115976. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2023.115976>
2. Alizadeh, L., Liscio, M., Sospiro, P. The phenomenon of greenwashing in the fashion industry: A conceptual framework. *Sustainable Chemistry and Pharmacy*. 2024. Vol. 37, P. 101416. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.scp.2023.101416>
3. Greco S., De Cock B. Argumentative misalignments in the controversy surrounding fashion sustainability. *Journal of Pragmatics*. 2021. Vol. 174. P. 55–67, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2020.12.019>.
4. West J., Saunders C., Willet J. A bottom up approach to slowing fashion: Tailored solutions for consumers. *Journal of Cleaner Production*. 2021. Vol. 296, P. 126387, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126387>.



5. Gomes de Oliveira L., G. Miranda F., de Paula Dias M. A. Sustainable practices in slow and fast fashion stores: What does the customer perceive? *Cleaner Engineering and Technology*. 2022. Vol. 6, P. 100413. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.clet.2022.100413>.
6. Rekdal Remme A.M., Stange S.M., Fagerstrøm A., Lasrado L. A. Blockchain-enabled Sustainability Labeling in the Fashion Industry. *Procedia Computer Science*. 2022. Vol. 196. P. 280-287. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.015>.
7. Johnstone L., Lindh C. Sustainably sustaining (online) fashion consumption: Using influencers to promote sustainable (un)planned behaviour in Europe's millennials. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2022. Vol. 64. P. 102775. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102775>.
8. Annual Report Inditex 2019. *Inditex : official website*. URL: 2019-Inditex-Annual-Report.pdf (date of reference: 14.02.2024)
9. Levi Strauss & Co. Sustainability Review. *Levi Strauss & Co*. URL: LSCo.-2019-Sustainability-Review.pdf (levistrauss.com) (date of reference: 14.02.2024)
10. Stella McCartney Impact Report 2021. *Stella McCartney: official website*. URL: Stella McCartney shares its Impact Report 2021 | Stella McCartney UK (date of reference: 14.02.2024)
11. The British luxury brand Burberry and its sustainable reorientation. *Haus von Eden : online edition*. URL: The British luxury brand Burberry and its sustainable reorientation (hausvoneden.com) (date of reference: 14.02.2024)
12. Closing the loop. *Inditex : official website*. URL: <https://www.inditex.com/en/our-commitment-to-the-environment/closing-the-loop> (date of reference: 14.02.2024)
13. Zara відмовиться від неекологічних матеріалів з 2025 року. *Еспресо*. URL: [https://espresso.tv/news/2019/07/18/zara\\_vidmovytsya\\_vid\\_neekolochinykh\\_materialiv\\_z\\_2025\\_roku](https://espresso.tv/news/2019/07/18/zara_vidmovytsya_vid_neekolochinykh_materialiv_z_2025_roku) (date of reference: 14.02.2024)
14. 3 simple ways to become less anxious and more decisive. *Fast Company.com : online edition*. URL: Ways to become less anxious and more decisive (fastcompany.com) (date of reference: 14.02.2024).
15. Zara is not taking adequate steps to ensure payment of a living wage for its workers. *Good on you : official website*. URL: Zara – Sustainability Rating – Good On You (date of reference: 14.02.2024).
16. The annual report on the most valuable and strongest apparel brands April 2023. *Brand Finance : official website*. URL: Apparel 50 2023 | The Annual Brand Value Ranking | Brandirectory (date of reference: 14.02.2024).
17. Fashion Transparency Index 2020. *Fashion Revolution*. URL: [https://issuu.com/fashionrevolution/docs/fr\\_fashiontransparencyindex2020?fr=sN\\_mI5NzYxMDk0OA](https://issuu.com/fashionrevolution/docs/fr_fashiontransparencyindex2020?fr=sN_mI5NzYxMDk0OA) (date of reference: 14.02.2024).
18. How Ethical Is Levi's? *Good on you : official website*. URL: <https://goodonyou.eco/levis-ethical/> (date of reference: 14.02.2024).
19. 2023 Global RepTrak. *The RepTrak Company*. URL: <https://www.reptrak.com/rankings/> (date of reference: 14.02.2024).
20. Rodrigues L. Stella McCartney. Sustainability and Luxury: Why Taking the Long View Pays Off. *Medium.com : personal blog*. URL: Stella McCartney. Sustainability and Luxury: Why Taking the Long View Pays Off. | by Liliana Rodrigues | Medium (date of reference: 14.02.2024).
21. Stella McCartney has made a public commitment to reduce greenhouse gas emissions. *Good on You : official website*. URL: <https://directory.goodonyou.eco/brand/stella-mccartney> (date of reference: 14.02.2024).
22. Organisation report for 2020 reporting cycle. *Ellen MacArthur Foundation : official website*. URL: <https://archive.ellenmacarthurfoundation.org/resources/apply/global-commitment-progress-report/organisation-reports> (date of reference: 14.02.2024).
23. Бренд burberry розповів про свої плани з усвідомленого виробництва. *Marie Claire Ukraine*. URL: <https://marieclaire.ua/fashion/brend-burberry-rasskazal-o-svoih-plana-po-osoznannomu-proizvodstvu> (date of reference: 14.02.2024).
24. Burberry більше не буде спалювати одяг. *BBC News Україна*. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-45435412> (date of reference: 14.02.2024).
25. Contributing to the Sustainable Development Goals (SDGS). *Burberry : official website*. URL: <https://www.burberryplc.com/impact/Our-Approach/sustainable-development-goals> (date of reference: 14.02.2024).
26. Beauloye F. The 15 Most Popular Luxury Brands Online In 2020. *Luxe Digital : online edition*. URL: Top 15 Most Popular Luxury Brands Online (Ranking) (luxe.digital) (date of reference: 14.02.2024).
27. Best Global Brands 2020 Report. *Interbrand*. URL: Best Global Brands 2020: Top Growing Brands – Interbrand (date of reference: 14.02.2024).
28. On Being Green (and The Cult of Sustainability). *Story.mfg : official website*. URL: <https://www.storymfg.com/blogs/essays/on-being-green-and-the-cult-of-sustainability> (date of reference: 14.02.2024).

**Балюк О. О., Фісенко Т. В., Соломка П. І. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД УПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ FASHION-БРЕНДІВ**

*Розглянуто на прикладі компанії Inditex, Stella McCartney, Levi Strauss & Co, Burberry зарубіжні практики впровадження екологічної відповідальності fashion-брендів. Результати їх аналізу дають підстави стверджувати, що загадані компанії мають високий рівень залученості до екоініціатив та вмотивованість їх використання, що зумовлено глобальною актуалізацією питання збереження довкілля та позитивним сприйняттям екодіяльності різними стейкхолдерами. Сформовано цілісне бачення щодо поняття корпоративної соціальної відповідальності, зокрема його екологічного складника в контексті ставлення fashion-брендів до проблем довкілля та безпосереднього впливу екоініціатив на репутацію. Систематизовано технології та інструменти екологічних практик, що застосовуються у програмах КСВ, за такими категоріями: ековиробництво, екотовари, екозаходи, екопроцеси, екоспівпраця, екостратегії, екокомунікації. З'ясовано, що зарубіжні бренди тісно співпрацюють з міжнародними та громадськими організаціями, дотримуються правил стандартизації, оприлюднюють щорічні нефінансові звіти та впроваджують екологічні стратегії в роботі як із внутрішніми, так і з зовнішніми стейкхолдерами. У масштабному співвідношенні питання свідомого споживання та екологічності піднімають дизайнерські бренди, які, окрім екологічної стійкості, акцентують увагу й на соціальних ініціативах, зокрема на турботі про співробітників та їх заохоченні у впровадженні екологічних практик на робочому місці. Основним каналом інформування громадськості про екологічну діяльність залишаються власні вебресурси, соціальні мережі. Просування екологічних ініціатив здебільшого відбувається за допомогою таких інструментів як реклама, ПР, івенти.*

**Ключові слова:** екологічна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, репутація, fashion-бренд, просування.

**Білан Н. І.**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

**Нетреба М. М.**

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

## ПРЕСМАРАФОН ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ ЯК НОВИЙ МЕДІАФОРМАТ ПОДІЄВОЇ КОМУНІКАЦІЇ (НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ ІНТЕРВ'Ю ЕКСПЕРТІВ-ЖУРНАЛІСТІВ)

*Розвідка ставить за мету дослідження пресмарафону як сучасної форми подієвої комунікації в Україні. Для поглиблення розуміння подієвої комунікації та її наслідків авторки використали такі емпіричні методи дослідження, як спостереження й аналіз трансляції пресмарафону та аналіз матеріалів експертних інтерв'ю з українськими медіаекспертами. У статті запропоновано авторське визначення поняття «пресмарафон», проаналізовано структуру заходу й виокремлені ознаки пресмарафону Президента України. Для об'єктивізації дослідження було зібрано та проаналізовано основні погляди експертів на формат пресмарафону і сформульовано рекомендації щодо вдосконалення комунікаційних технік для майбутніх нових медіаформатів. Авторки акцентують увагу на важливості невербальної комунікації (мови тіла, міміки, жестів), активного слухання та реагування як важливих компонентів ефективної комунікації для президентів під час пресзаходів. Аналіз пресмарафону дав змогу відстежити використання Президентом України Володимиром Зеленським комунікаційних стратегій під час тривалої зустрічі із журналістами, роль організаторів заходу у виборі стратегії його проведення. На основі аналізу поглядів науковців на пресмарафон дослідниці пропонують авторське визначення пресмарафону як нового формату планової івент-комунікації, спрямованої на сприяння відкритому спілкуванню і зміцненню довіри між очільником держави та аудиторією. На підставі аналізу проведеного опитування 16 українських журналістів, редакторів та медіаекспертів авторки виокремили певні вади проведення пресмарафону та дійшли висновку про необхідність удосконалення формату пресмарафону, зокрема, за допомогою скорочення часу проведення сесій, урізноманітнення запитань і поліпшення підготовки журналістів – учасників заходу. За умови оптимізації умов проведення пресмарафону, з урахуванням подальшої цифровізації медіапростору цей захід набуде популярності в багатьох компаніях і установах як засіб ефективного колективного розв'язання проблем.*

**Ключові слова:** пресмарафон, пресконференція, подієва комунікація, інформаційний простір, пресзаходи, пресофіс.

**Постановка проблеми.** Ефективна комунікація є важливою навичкою для будь-якого лідера, особливо для президента, який повинен регулярно спілкуватися з громадськістю. Пресзаходи дають змогу очільникам держав донести свою позицію та відповісти на запитання журналістів.

Традиційно найпопулярнішими видами заходів президентів для ЗМІ є пресконференція та брифінг. Першу президентську пресконференцію провів у США Вудро Вільсон у березні 1913 року, відтоді всі вісімнадцять його наступників незмінно послуговувалися цим способом комунікації з громадськістю [15].

Варто зазначити, що кількість проведених пресконференцій та їх тривалість значно відрізнялися

від бажання президентів спілкуватися з пресою. Наприклад, президент США Джордж Буш-молодший не був великим шанувальником формату пресконференцій, провівши лише 17 індивідуальних сесій запитань і відповідей з журналістами протягом свого першого терміну. Його наступники виявили більшу активність у спілкуванні з пресою. Так, президент Барак Обама протягом перших двох років провів 269 таких пресконференцій. Натомість президент Джордж Буш-старший – 87 заходів. Водночас президент Джордж Буш-молодший за другий термін провів 226 пресконференцій, а президент Клінтон – 390 зустрічей [15].

Пресконференції і донині відіграють вагомий роль в інформуванні суспільства про важливі

рішення, зміни в політиці та поточні події. Президенти використовують цей формат подієвої комунікації для обговорення різноманітних тем з громадськістю й пресою.

Традиційно пресконференція триває до години. Проте під час кризових ситуацій або важливих політичних заяв президенти обирають довготривалий формат пресзаходу.

В Україні президенти також проводили традиційні різноматематичні пресконференції. Саме шостий Президент України Володимир Зеленський запропонував новий формат подієвої комунікації – пресмарафон. Основна різниця між пресконференцією та пресмарафоном – тривалість і масштаб події. Пресконференція зазвичай є коротшим заходом, зосередженим на конкретній темі або проблемі, тоді як президентський пресмарафон може тривати протягом дня, коли президент відповідає на запитання з різних сфер життя держави. Президентський пресмарафон зазвичай розглядається як велика подія, за якою спостерігають ЗМІ та громадськість.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження з аналізованої проблематики в інформаційному просторі репрезентують лише окремі аспекти цього явища. Так, тему пресконференцій висвітлюють такі іноземні дослідники, як Р. Перлофф [16], Р. Дентон [12], М. Гроссман і Ф. Роурке [14], С. Ф'єлдвік [13], Дж. Чартеріс-Блек [11], Ф. Ал-Хіндаві й Х. Рахі [10] та ін.

Питання значущості пресконференцій як одного з PR-інструментів розглядають такі українські науковці, як В. Бебик, [1], Н. Білан [2], В. Іванов [4], М. Нетреба [5], М. Пашкевич [6], Ю. Щегельська [9] та інші. Більшість українських дослідників зосереджує увагу на аналізі заходів медіаполітичного простору, зокрема, цим аспектам присвячені праці К. Грубича [3], Н. Смирнової [7], К. Темчур [8]. Однак тема пресмарафону як формату подієвої комунікації не була об'єктом спеціального вивчення в сучасних наукових дослідженнях, тому системний аналіз зазначеної проблематики вважаємо важливим для теорії й практики медіакомунікацій.

**Постановка завдання.** На підставі викладеного вище метою статті є дослідження пресмарафону Президента України як сучасної форми подієвої комунікації, спрямованої на взаємодію з громадськістю в умовах нового медіаформату. Для досягнення поставленої мети проведено аналіз експертних інтерв'ю відомих медіаекспертів України.

Для реалізації мети поставлено такі завдання:

– запропонувати авторське визначення поняття «пресмарафон»;

– проаналізувати структуру та характеристики пресмарафону президента України;

– відстежити й проаналізувати основні погляди експертів на формат пресмарафону;

– сформулювати рекомендації щодо розширення та вдосконалення комунікативних технік для наявних і нових медіаформатів.

Під час підготовки статті авторки застосовували такі методи емпіричного дослідження, як спостереження й аналіз. У процесі спостереження системно досліджувалися трансляція пресмарафону від 10 жовтня 2019 року на офіційному каналі Офісу Президента України в YouTube.

Для глибшого розуміння подієвої комунікації та її наслідків методологію дослідження було розширено завдяки аналізу матеріалів експертних інтерв'ю із 16 відомими медіаекспертами України. Опитування було проведено українським інтернет-виданням «Детектор медіа». Фокус інтерв'ю сконцентрований на трьох основних аспектах: оцінюванні роботи журналістів, пресофісу президента та його прессекретаря, а також на визначенні впливу події на суспільство та чинників, які підвищили вагомість цього заходу.

**Виклад основного матеріалу.** Подієва комунікація шостого Президента України значно відрізняється від аналогічної діяльності його попередників внаслідок трансформації кількості пресзаходів у новий формат контактів із медіа. Один із видів такого формату – регулярні пресконференції, що організовуються в зазначений час у спеціальних приміщеннях (пресклуби, конференц-зали, пресцентри тощо). Ці заходи не є настільки типовими для українських президентів, як для президентів інших країн. Проте Володимир Зеленський обирає пресконференцію як самостійну подію, пов'язану з потенційно потужним інформаційним приводом.

Варто зауважити, що з моменту інавгурації Володимир Зеленський взагалі не давав пресконференцій, лише брав участь в коротких брифінгах для преси або в спільних пресконференціях з іншими світовими лідерами. Тільки 9 жовтня 2019 року пресофіс президента оголосив про акредитацію журналістів на пресмарафон, формат якого помітно відрізняється від традиційної пресконференції.

Як відповідь на неодноразові прохання представників українських ЗМІ 10 жовтня 2019 року Володимир Зеленський провів найдовшу у світовій історії пресконференцію, що тривала понад 14 годин, та відповів на понад 500 запитань від понад 200 із майже 300 акредитованих журналістів із центральних і регіональних ЗМІ України та ЗМІ інших країн: США, Великої Британії,

Білорусі, Італії, Іспанії, Нідерландів, Туреччини, Японії тощо.

Перш ніж розглянути структуру й характеристики пресмарафону президента України, слід дати визначення цього поняття.

Дослідниця Н. Смирнова зазначає, що проведення пресмарафону Володимира Зеленського, який уперше тривав близько 14 годин, виводить на новий рівень спілкування влади і громадянського суспільства. На думку авторки, влада стала більш публічною, хоча говорити про 100-відсоткову довіру важко [7, с. 97].

Учена К. Темчур в межах дослідження про жанрові трансформації у медіасередовищі політичної комунікації в Україні зазначає, що формат трансформованої пресконференції – пресмарафон – був розроблений з урахуванням діяльності нового політичного лідера. В. Зеленський до першого пресмарафону не налагодив комунікації з пресою, не дав жодної конференції та майже не давав інтерв'ю [8, с. 83].

Науковець К. Грубич досліджує архітектуру найбільш тривалого пресмарафону лідера держави у прямому телевізійному ефірі, що відбувся 10 жовтня 2019 р. в столиці України в Kyiv Food Market. Формат заходу передбачав, що представники медіа ставлять запитання президенту групами по 7–10 осіб. Групи змінюють одна одну щопівгодини без перерв, пауз для відпочинку, зміни в групах журналістів. Дослідник виокремлює новий формат пресзаходу, який Україна пропонує світові як новий стиль комунікації керівника держави з аудиторією [3, с. 118].

На основі аналізу поглядів учених на пресмарафон авторки погоджуються з думкою дослідників та в межах цього дослідження пропонують авторське визначення пресмарафону: *пресмарафон – це новий формат запланованої подієвої комунікації, коли публічна медійна особа країни, компанії, організації або установи особисто проводить кількогодінну сесію запитань і відповідей з громадськістю та пресою на різних цифрових платформах з метою заохочення до відкритого спілкування і зміцнення довіри між посадовцем та аудиторією.*

#### **Структура й характеристики пресмарафону**

Успіх першого ж пресмарафону дав усі підстави стверджувати, що новий формат комунікації глави держави із суспільством має перспективу для подальшого використання й удосконалення. Вибір такого нового формату пресзаходу був цілком логічний і обґрунтований, оскільки він зумовлений необхідністю отримання інформації «з пер-

ших уст», вибудовуванням лояльного ставлення з боку аудиторії та журналістів, формуванням позитивного іміджу й репутації лідера країни.

Пресофіс президента розробив концепцію пресмарафону, започаткувавши новий жанр подієвої комунікації глав держав.

Головною ідеєю пресмарафону є багатогодинне спілкування з журналістами, поділеними на групи до десяти осіб, до складу яких входили українські та іноземні журналісти, з таймінгом на запитання різної тематики в пів години. Контроль за тривалістю розмови кожної з груп та власне процес спілкування було покладено на прессекретарку Ю. Мендель.

Пресмарафон із Володимиром Зеленським відбувся у Києві, на території Kyiv Food Market, визначений як нове місце для взаємодії із журналістами та громадськістю. Ця локація була обрана завдяки можливості забезпечити перебування президента із журналістами за одним столом і дати змогу кожному поставити своє запитання. Під час класичної пресконференції спікер сидить за столом, на певній відстані від журналістів у залі. Тож саме такий вибір проведення пресмарафону був обумовлений необхідністю забезпечення ефективного спілкування президента із журналістами, яке відбувалося в зручному й невимушеному форматі за чашкою кави.

Дослідники виокремлюють різні моделі комунікаційних стратегій [11; 12], до яких активно звертаються лідери під час президентських пресконференцій. Такі стратегії включають не тільки риторичні прийоми, наративи, емоції, гумор, метафори, переконання, а й невербальну комунікацію, активне слухання та реагування, а також тактики кризового менеджменту, що спрямовані на те, щоб ефективно й переконливо донести інформацію президента, а також відповісти на різні запитання ЗМІ та громадськості.

Аналіз пресмарафону дає змогу відстежити використання цих комунікаційних стратегій Володимиром Зеленським під час довготривалої зустрічі із журналістами.

Спочатку зосередимо увагу на невербальному спілкуванні, адже це є важливим аспектом ефективної комунікації, особливо для публічних діячів, зокрема президентів. Така форма спілкування передбачає використання невербальних сигналів, таких як мова тіла, міміка й жести для передавання повідомлень та емоцій. Під час пресзаходів президентам важливо знати про свою невербальну комунікацію, щоб створити у реципієнтів відчуття впевненості, авторитету й довіри.

Окрім невербальної комунікації, важливими компонентами ефективної комунікації є також активне слухання та реагування. У процесі подієвої комунікації президенти повинні прагнути демонструвати активне слухання, відповідаючи на запитання репортерів, надаючи потрібну інформацію та коментуючи будь-які подальші репліки журналістів.

Прикладом такої комунікації є те, що на початок пресмарафону Володимир Зеленський прийшов після ранкової пробіжки. Він мав бадьорий вигляд, голосно відповідав на запитання і багато жестикулював. Це чітко видно на відео заходу. Після кількох годин пресмарафону на обличчі Володимира Зеленського не була помітна втома, президент активно відповідав, так само жестикулював, жартував із журналістами і робив нотатки у блокноті. Наступні години президент відповідав повільніше, менше жестикулював, проте варто зазначити, що президент відповідав на всі запитання, які ставили журналісти на пресмарафоні. Протягом усього тривалого заходу рухи рук і міміка Володимира Зеленського передавали його емоції та підкреслювали смисл його повідомлень. Таке поєднання невербальної комунікації й активного слухання сприяло динамічності пресзаходу у процесі спілкування президента зі ЗМІ та громадськістю.

Також під час пресмарафону Володимир Зеленський використовував різноманітні риторичні прийоми для привернення уваги аудиторії та ефективного спілкування з нею. Насамперед він застосовував наративи, метафори й розповіді,

щоб обґрунтувати свої погляди та зробити складні питання більш зрозумілими для реципієнтів.

До того ж, Володимир Зеленський активно використовував гумор, щоб зняти напругу та зробити атмосферу більш невимушеною й дружньою. Повторення ключових моментів допомагало донести думки лідера до аудиторії та зробити їх більш запам'ятовуваними. Президент задіявав емоції під час обговорення різних близьких громадськості тем, таких як національна гордість, сімейні цінності, тим самим демонструючи наближеність до народу.

Таким чином, застосування різноманітних комунікаційних стратегій сприяло ефективній комунікації, донесенню своїх повідомлень та встановленню зв'язку президента Володимира Зеленського з аудиторією пресмарафону.

Після аналізу структури та характеристик пресмарафону авторки опрацювали матеріали експертних інтерв'ю з 16 журналістами, редакторами та медіаекспертами України, які були опубліковані українським інтернет-виданням про медіа «Детектор медіа». Експертам поставили три однакові питання, а саме:

1. Як ви оцінюєте роботу журналістів під час марафону?
2. Як ви оцінюєте роботу пресофісу президента, його пресекретаря?
3. Що в підсумку отримало суспільство? Завдяки яким факторам?

Для роботи з відповідями експертних інтерв'ю авторки закодували кожену відповідь журналіста

Таблиця 1

Список журналістів, редакторів та медіаекспертів України

ІД журналіста	Посада
Андрій Куликов	Голова правління, співзасновник і ведучий «Громадського радіо», голова Комісії з журналістської етики
Євген Бударецький	Заступник головного редактора «Української правди»
Дмитро Крапивенко	Головний редактор «Українського тижня»
Катерина Коберник	Шеф-редакторка видання «The Бабель»
Наталія Гуменюк	Голова ГО «Громадське телебачення»
Олексій Мацука	Директор ГО «Донецький інститут інформації»
Отар Довженко	Керівник центру моніторингу і аналітики ГО «Детектор медіа»
Олена Риковцева	«Радіо Свобода»
Борис Давиденко	Головний редактор Liga.net
Іван Верстюк	Журналіст «НВ»
Андрій Яніцький	Керівник Центру журналістики Київської школи економіки
Оксана Романюк	Виконавча директорка Інституту масової інформації
Тетяна Даниленко	Телеведуча, журналістка
Альона Романюк	Керівниця проекту «По той бік новин»
Дмитро Тузов	Ведучий «Радіо НВ»
Андрій Гарасим	Журналіст Texty.org.ua

у відповідну категорію з метою об'єктивного аналізу та пошуку тенденцій, закономірностей і спільних рис поміж відповідей респондентів. Зокрема, аналіз відповідей журналістів, редакторів, медіаекспертів проводився за такими категоріями: оцінювання роботи журналістів, пресофісу, впливу заходу на суспільство; чинники, що вплинули на результат.

Таблиця 1 подає повний список українських медіаекспертів, які були опитані інтернет-виданням «Детектор медіа».

#### **Результати аналізу інтерв'ю експертів**

Роботу журналістів експерти оцінювали за професійністю запитань, рівнем підготовки та вмінням отримати чіткі й лаконічні відповіді від президента і його команди. Деякі експерти дуже високо оцінили роботу журналістів, відзначивши їх за те, що вони ставлять гострі й актуальні запитання. Проте деякі експерти поставили низьку оцінку роботі журналістів, критикуючи їх за те, що вони не ставили важливих для громадськості питань, зосередившись лише на вузьких питаннях у межах своєї компетенції.

Діяльність пресофісу експерти оцінювали, спираючись на правила організації та проведення пресмарафону, а також враховуючи надання чіткої й точної інформації. Варто відзначити, що думки експертів в оцінюванні цього критерію дуже відрізнялися: одні відзначили роботу пресофісу як відкриту та прозору, інші ж критикували тактику речниці президента, зазначивши, що пресофіс недостатньо сприяв продуктивному спілкуванню.

Вплив пресмарафону на суспільство оцінювався експертами на основі чіткості й точності наданої інформації, рівня залученості та зацікавленості громадськості, а також загального рівня прозорості й підзвітності, продемонстрованих президентом і його командою. Деякі експерти оцінили позитивно вплив події на суспільство, припускаючи, що пресмарафон допоміг зміцнити довіру суспільства до керівництва держави. Проте інші дали більш негативну оцінку, акцентуючи увагу на неефективності та непродуктивності обраного формату заходу.

Однак зазначену подію різні експерти інтерпретують з певними відмінностями щодо чинників сприяння. Деякі журналісти згадували такі фактори, як переважання інформацією і тривалість пресмарафону, вказуючи на те, що ці фактори негативно вплинули на їхнє загальне враження. Інші згадували про необхідність удосконалення формату, наприклад, скорочення сесій, урізноманітнення запитань і кращу підготовку журналістів у підборі питань президентові.

Підсумовуючи опитування медіаекспертів, варто зазначити, що більшість із них позитивно оцінила формат пресмарафону, проте експерти рекомендують скоротити тривалість заходу, щоб уникнути переважання інформацією.

**Висновки.** Унаслідок здійсненого аналізу пресмарафону президента України та думок медіаекспертів ми дійшли висновку, що пресмарафон – це новий формат подієвої комунікації, що дає змогу лідерів держави обговорити широкий спектр тем і донести своє бачення ситуації до громадськості. Завдяки такому формату очільники держави отримують можливість продемонструвати свої комунікативні навички. Пресмарафон може служити барометром президентського успіху, оскільки він дає змогу президентові донести своє послання до суспільства та засвідчити свою спроможність відповідати на складні й різнопланові запитання журналістів.

Проте в процесі розроблення такого пресзаходу важливо враховувати швидкі зміни в поглядах і прагненнях суспільства, в інформаційних технологіях, зокрема:

- стрімку диджиталізацію суспільства, що проявляється в багатьох моментах під час розроблення пресзаходу: від створення онлайн-форми для акредитації до затвердження списку запрошених ЗМІ;

- вплив соціальних мереж на формування громадської думки. Під цим маємо на увазі розвинений influencer marketing та важливість запрошення на захід саме блогерів та лідерів думок – представників соціальних мереж;

- перевагу комунікаційних стратегій перед узвичаєним виступом перед пресою. Варто зазначити, що такий формат комунікації не тільки допомагає в налагодженні стосунків з відвідувачами пресзаходу, а й допомагає в генеруванні контенту для соціальних мереж;

- важливість візуального сприймання. Правильно підібрана візуалізація, у якій головну роль відіграє локація заходу, допомагає гостям підсвідомо встановити чіткий контакт і налаштуватися на позитивне сприймання події.

Здійснене дослідження свідчить, що пресмарафон є ефективною формою відкритого спілкування, інструментом довіри та прозорості. Проте він має і певні недоліки. Зокрема, тривалий пресмарафон може спричинити переважання інформацією як лідера, так і аудиторії, а також розмивання змісту ключових повідомлень у надмірному потоці інформації.

Результати проведеного аналізу дають змогу зробити висновок, що в майбутньому пресмарафони можуть частіше використовуватися як

урядом, так і бізнес-структурами. Передбачувані зміни в проведенні пресмарафону включатимуть посилення акценту на використанні цифрових платформ та урізноманітнення інтерактивних форматів. Розвиток соціальних медіа й інших цифрових каналів комунікації для керівників установ, організацій створює значно більші можливості для взаємодії зі своєю аудиторією за допомогою нових та інноваційних засобів спілкування. Це означає, що пресмарафони, найімовірніше, передбачатимуть збільшення прямих трансляцій, відеоконференцій та інших способів залучення цифрових технологій для розширення публічності та прозорості діяльності структур.

На основі дослідження сформовано низку практичних рекомендацій щодо майбутніх тен-

денцій у проведенні пресмарафонів як нового медіаформату подієвої комунікації:

– упровадження такого формату до переліку пресзаходів компанії, установи, фірми з періодичністю раз на рік з оптимальною тривалістю;

– збільшення використання віртуальних і цифрових платформ, штучного інтелекту та інтерактивності задля покращення заходу та надання нових способів спілкування лідерів з аудиторією;

– залучення до пресмарафонів кількох лідерів з різних організацій чи галузей з метою співпраці й комунікації для розв'язання спільної проблеми та відкритого спілкування.

Пресмарафони й надалі відіграватимуть важливу роль у сприянні відкритому спілкуванню, у зміцненні довіри й ефективній взаємодії з аудиторією.

### Список літератури:

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рилейшнз : моногр. Київ : МАУП, 2005. 440 с.
2. Білан Н., Нетреба М. Інформаційно-аналітична діяльність пресслужб аграрної галузі України : навч. посіб. Київ : ННІЖ, 2022. 118 с.
3. Грубич К. В. Архітектоніка і темп прес-марафону президента України В. Зеленського. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2020. Т. 1 (76). С. 113–120.
4. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: навч. посіб. Київ : Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.
5. Нетреба М. Віртуальна пресслужба: новий формат комунікацій. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*. 2019. № 16. URL: <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/16320> (дата звернення: 03.11.2023).
6. Пашкевич М. Ю. Подієві практики як ефективний інструмент публік рилейшнз. *Культура і сучасність : альманах*. 2021. № 1. С. 216–222.
7. Смирнова Н. Оцінка макросередовища логістичної діяльності в Україні. *Економічний вісник Причорномор'я*. 2021. Т. 1. С. 94–108.
8. Темчур К. Якісні трансформації у медіаполітичному просторі України. *Образ*. 2019. № 3 (32). С. 80–86.
9. Щегельська Ю. П. Штучний інтелект у бренд-комунікаціях: можливості та перспективи. *Бренд-комунікації: сучасні виміри* : колект. наук. моногр. Київ : Студцентр, 2023.
10. Al-Hindawi, F. H., Rahi, H. J. Trump's Strategic Maneuvering in Coronavirus Press Conferences. *Linguistics and Culture Review*. 2022. Vol. 6. No. S5. P. 306–320. URL: <http://lingcure.org/index.php/journal/article/view/2172> (дата звернення: 17.11.2023).
11. Charteris-Black J. *Analysing Political Speeches: Rhetoric, Discourse and Metaphor*. Basingstoke, Hampshire; New York : Palgrave Macmillan, 2014. 296 p.
12. Denton R. E. A Communication Model of Presidential Power. *Presidential Studies Quarterly*. 1988. Vol. 18. No. 3. P. 523–539. URL: <http://www.jstor.org/stable/40574497> (дата звернення: 15.11.2023).
13. Fjeldvik C. *Happy Presidents*. University of Oslo, 2009. 114 p. URL: <https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/26271/THESISx-xfinalxversion.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 08.11.2023).
14. Grossman M., Rourke F. The media and the Presidency: An Exchange Analysis. *Political Science Quarterly*. 1976. Vol. 91. Issue 3. P. 455–470. URL: [www.jstor.org/stable/2148936](http://www.jstor.org/stable/2148936) (дата звернення: 10.11.2023).
15. Kumar M. J. *Presidential Press Conferences : Windows on the Presidency and Its Occupants*. 2011. URL: <https://www.whitehousehistory.org/presidential-press-conferences> (дата звернення: 12.11.2023).
16. Perloff R. *Political Communication: Politics, Press, and Public in America*. New York – London : Taylor and Francis, 2013. 590 p. URL: [https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781136688461\\_A23856200/preview-9781136688461\\_A23856200.pdf](https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781136688461_A23856200/preview-9781136688461_A23856200.pdf) (дата звернення: 11.11.2023).



**Bilan N. I., Netroba M. M. PRESS MARATHON OF THE PRESIDENT OF UKRAINE  
AS A NEW MEDIA FORMAT OF EVENT COMMUNICATION  
(BASED ON THE ANALYSIS OF INTERVIEWS WITH EXPERT JOURNALISTS)**

*This research aims to study the press marathon as a modern form of event communication in Ukraine. To deepen the understanding of event communication and its consequences, the authors used empirical research methods such as observation and analysis of the press marathon broadcast and analysis of expert interviews with Ukrainian media experts. The research offers the author's own definition of the concept of "press marathon", analyses the structure of the event and identifies the features of the Presidential Press Marathon. To objectify the study, the authors collected and analysed the main views of experts on the format of the press marathon and formulated recommendations for improving communication techniques for future new media formats. The authors emphasise the importance of non-verbal communication (body language, facial expressions, gestures), active listening and responding as important components of effective communication for presidents during press events. The analysis of the press marathon made it possible to track the use of communication strategies by President of Ukraine Volodymyr Zelensky during a long meeting with journalists, as well as the role of the event organisers in choosing the strategy for the event. Based on the analysis of scholars' views on the press marathon, the researchers offer their own definition of the press marathon as a new format of planned event communication aimed at promoting open communication and building trust between the head of state and the audience. Based on the analysis of the survey of 16 Ukrainian journalists, editors and media experts, the authors identified certain shortcomings of the press marathon and concluded that the format of the press marathon should be improved, in particular by reducing the time of the sessions, diversifying the questions and improving the training of journalists participating in the event. If the conditions for holding the press marathon are optimised, taking into account the further digitalisation of the media space, this event will become popular in many companies and institutions as a means of effective collective problem solving.*

**Key words:** *press marathon, press conference, event communication, information space, press events, press office.*

**Горбенко Г. В.**

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

**Нетреба М. М.**

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

**Ужанська Т. І.**

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

## ЦИФРОВА КРЕАТИВНА СТРАТЕГІЯ ТА ВІЗУАЛЬНА АЙДЕНТИКА ЯК ЧИННИКИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ СЕРЕД МОЛОДІ: КЕЙС УНІВЕРСИТЕТУ ГРІНЧЕНКА

*У сучасному світі наукові конференції стали важливою платформою для дослідників і науковців, де вони можуть ділитися своїми знаннями та співпрацювати з колегами. Проте успіх конференції значною мірою залежить від її здатності залучити широку аудиторію, особливо молодь, за якою майбутнє наукової спільноти. Ця наукова робота спрямована на дослідження ефективної цифрової стратегії заходу, яка може підвищити ідентифікацію бренду та популярність наукової конференції серед молоді. На прикладі просування Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції студентів, аспірантів, молодих учених та практиків «Креативні індустрії: сучасні тренди» Університету Грінченка буде досліджено вплив айдентики та цифрової стратегії на залучення молодих учасників до наукових конференцій. У дослідженні підкреслюється, що візуальна айдендика може призвести до збільшення кількості учасників, підвищення популярності та кращих результатів для конференції в цілому. Дослідження проводилося в одному університеті, що обмежує його узагальнення. Отже, майбутні дослідження можуть залучати кілька університетів, щоб підвищити зовнішню валідність висновків. Загалом це дослідження сприяє поширенню знань у сфері брендингу та цифрових стратегій для академічних установ. Результати цього дослідження сприятимуть кращому розумінню чинників, які впливають на задоволеність та залученість учасників, а також нададуть організаторам конференцій інформацію про підвищення якості та ефективності їхніх заходів. Відзначено, що використання цифрової творчої стратегії та візуальної ідентичності має вирішальне значення для просування наукових конференцій серед молоді. Як сучасний маркетинговий інструмент цифрова креативна стратегія допомагає охопити ширшу аудиторію та ефективно залучити її. Водночас візуальна айдендика відіграє ключову роль у брендингу та створенні унікального образу конференції.*

**Ключові слова:** візуальна айдендика, наукова конференція, креативна стратегія, логотип, стиль, колірна гама.

**Постановка проблеми.** Цифрова креативна стратегія постала як сучасний маркетинговий інструмент, який відіграє важливу роль у просуванні наукових конференцій серед молоді. Формування привабливого творчого середовища суттєво впливає на стратегії розвитку таких заходів, а цифрові технології створюють основу для розширеної комунікації та взаємодії. Серед ключових чинників, що сприяють зростанню креативних індустрій, важливу роль відіграють економічні міркування, а також застосування інноваційних цифрових рішень для підвищення інтересу та залучення молодих учасників конференції.

Дослідження показали, що ефективна організація та дизайн віртуальних конференцій можуть зробити їх більш привабливими та корисними для учасників [5].

Візуальна ідентичність є життєво важливим аспектом брендингу, допомагаючи диференціювати та підносити наукові конференції серед високонкурентного середовища. У рамках комплексної цифрової креативної стратегії компоненти візуальної ідентичності, такі як логотипи, колірні схеми та рекламні матеріали, працюють разом, щоб створити цілісні та незабутні враження для учасників конференції. Створення сильної

візуальної ідентичності не тільки підвищує загальну привабливість конференції, але й сприяє почуттю причетності та зв'язку між учасниками, що зрештою сприяє успіху заходу.

Щорічно Університет Грінченка проводить Міжнародну науково-практичну онлайн-конференцію, спрямовану на об'єднання студентів, аспірантів, молодих учених та практиків у спільному дослідженні «Креативні індустрії: сучасні тренди».

В рамках конференції передбачено ряд наукових і практичних заходів:

1. Пленарне засідання, робота секцій, стендові доповіді: Учасники матимуть змогу взяти участь у загальних дискусіях та презентувати свої дослідження через роботу в секціях та стендах.

2. Круглі столи, майстер-класи та гостьові майстер-класи/воркшопи: Організація круглих столів та майстер-класів забезпечить обмін досвідом та надання цінних знань, а гостьові лекції від визначених фахівців допоможуть учасникам отримати нові погляди на теми конференції.

3. Конкурс на найкращу стендову доповідь (для студентів та аспірантів): Сприяння конкуренції та визначення найкращих робіт серед студентів та аспірантів для підтримки їхнього наукового розвитку.

Основні напрями роботи конференції охоплюють широкий спектр тем:

1. Тренди та перспективи розвитку креативних індустрій.

2. Креативні індустрії в кризових ситуаціях.

3. Інноваційні технології в креативних індустріях.

4. Освіта у сфері креативних індустрій.

5. Креативні індустрії в соціально-гуманітарній сфері.

6. Роль креативних індустрій у розвитку міста, регіону.

7. Журналістика і нові медіа як креативний феномен.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Проблема проектування айдентики фрагментарно висвітлювалася в дослідженнях О. Гальчинської, яка вивчала дизайн-проекування основних компонентів айдентики бренду [2]; А. Марченко та А. Ємельової, які розглядали візуальні засоби дизайну в системі корпоративної ідентифікації [3]; Г. Сорокіної та М. Мальцевої, які висвітлювали особливості використання фірмового стилю для закладів освіти [4]; О. Бойко, яка провела інтердисциплінарний огляд феномену віртуальної комунікації [1].

Проте, варто зазначити, що проблема проектування айдентики у контексті впливу на популяри-

зацію наукової конференції серед молоді не була об'єктом спеціального вивчення, що зумовлює особливу актуальність цього дослідження.

**Постановка завдання. Метою статті** є дослідження та аналіз впливу цифрової креативної стратегії та візуальної айдентики на популяризацію наукової конференції серед молоді на прикладі Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції студентів, аспірантів, молодих учених та практиків «Креативні індустрії: сучасні тренди» Університету Грінченка.

Мета зумовила конкретні завдання, а саме:

– проаналізувати сучасні тенденції у сфері цифрової креативності, які можуть бути застосовані для популяризації наукових заходів серед молоді;

– дослідити вплив візуальної айдентики на успішність просування та репутації наукових конференцій на прикладі кейсу Університету Грінченка;

– розглянути ефективність інструментів цифрової комунікації в контексті просування наукових подій серед молоді;

– запропонувати рекомендації для вдосконалення стратегії популяризації наукових конференцій.

**Виклад основного матеріалу.** Сучасний захід неможливо уявити без важливого інструменту, що визначає його ідентичність – айдентики. Це поняття визначає фірмовий стиль, який слугує для ідентифікації та визначення образу події, використовуючи елементи такі як логотип, стиль, колірна гама, композиція. Термін «айдентика» виникає з англійського «brand identity», що об'єднує всі засоби ідентифікації компанії серед цільової аудиторії. Цей інструмент є ключовим для створення невід'ємного зв'язку між назвою бренду, графічним знаком, сталою колірною палітрою та композиціями. Попри це, важливо відзначити, що айдентика може складатися з основного елемента – логотипу. Базовими складовими айдентики є назва, логотип, шрифти, палітра кольорів та графічні елементи. Назва часто є відправною точкою для розробки айдентики, і важко уявити створення образу наукового заходу без неї.

Перед організаторами конференції були такі важливі стратегічні завдання:

1. Привернути увагу наукової спільноти до конференції та спонукати її представників до участі шляхом розробки креативної, візуально привабливої та унікальної айдентики заходу.

2. Проаналізувати кейси створення візуальної комунікації для наукових заходів як окремої сфери дизайну.

3. Сформувати концепцію візуальної айдентики, її бачення, тональність, загальну ідею, яка має транслюватися.

4. Розробити основні елементи айдентики та матеріали візуальної комунікації.

5. Адаптувати візуальні матеріали під особливості наукової конференції, враховуючи канали поширення інформації та двомовність заходу.

Логотип, поруч з назвою, є ключовим елементом айдентики, візуалізуючи наукову конференцію присутній на всіх можливих носіях, від офіційної документації до сувенірної продукції. Уникаючи складних та дрібних елементів, багатшарового тексту та різних шрифтів, логотип повинен бути чітким та легким для сприйняття на різних масштабах.

Логотип створений за допомогою поєднання двох літер «і» та «и» у словах «creative» та «industries», що символізує здатність креативних індустрій створювати унікальні ідеї.

Важливим етапом уніфікації текстових елементів айдентики є вибір шрифту. Їх може бути кілька, проте важливо чітко визначити їхнє місце в кожному використанні. Для конференції було використано шрифт Futura, який має такі характеристики:

1. Futura має геометричну основу, що відображається у прямокутних формах та геометричних пропорціях літер.

2. Шрифт відзначається лінійністю та прозорістю, що робить його відмінним для використання у сучасних дизайнерських проєктах.

3. Futura є без засічковим шрифтом, що означає відсутність додаткових виступів чи вирізів на кінцях літер.

4. Літери мають спрощену форму, але залишаються легко читабельними та розпізнаваними.

5. Futura доступний у різних стилях, включаючи легкий, напівжирний, жирний та інші, що дозволяє використовувати його для різних дизайнерських потреб.

6. Універсальність: Futura використовується в широкому спектрі проєктів, від логотипів та брендінгу до публікацій і вебдизайну.

Загалом, Futura є класичним шрифтом, який володіє елегантністю та виразністю, що робить його популярним серед дизайнерів.

Важливим візуальним індикатором, який асоціюється з подією, є колірна гамма. Кольори впливають на психологію людей і формують емоційні критерії. Якщо передбачається декілька основних кольорів, важливо дотримуватися балансу між збалансованістю основного кольору та яскравістю акцентів. Крім того, кольори повинні бути ідентичними на всіх носіях. Таким чином, кольорами можна передати характер події.

Основним кольором у візуальній айдентиці, зокрема, і в логотипі, що започатковує дизайн наукової конференції, є фіолетовий. Він символізує креативність, творчість, інтелектуальність. Додаткові кольори: зелений – розвиток, розум та молодість; рожевий – позитив та оптимізм; жовтий – енергія; бірюзовий – творчий потенціал та неординарність.



Рис. 1. Елементи айдентики Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції студентів, аспірантів, молодих учених та практиків «Креативні індустрії: сучасні тренди» Університету Грінченка

Джерело: сформовано авторами

Графічні елементи включаються в айдентичку як формуючі стиль, здатні об'єднати фотографії, малюнки, арт-об'єкти тощо (рис. 1).

Отже, композиційно-конструктивна структура логотипа, разом з його колірним та шрифтовим вирішенням, були розроблені з урахуванням відтворення емоцій та асоціацій, закладених у концепції дизайн-проекту наукового заходу.

У контексті креативної стратегії реалізації Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції студентів, аспірантів, молодих учених та практиків «Креативні індустрії: сучасні тренди», зафіксовано ряд інноваційних змін. Передусім, традиційне пленарне засідання конференції відзначалося участю міжнародних професорів та студентів. На секційних засіданнях, проведених протягом 2-х днів, учасники обговорювали важливі аспекти креативних індустрій, зокрема: сучасні тренди та перспективи їх розвитку, вплив кризових ситуацій на креативні індустрії, застосування інноваційних технологій в цій галузі, освітні аспекти, роль креативних індустрій у соціально-гуманітарній сфері, а також їх внесок у розвиток міст та регіонів. У рамках конференції було представлено понад 60 доповідей від студентів, аспірантів та молодих вчених.

Додатковим кроком впровадження креативних елементів було проведення трьох воркшопів: «Game Design in the Time of Crisis» (модератор – Марта Тимінська, докт. філософії, доц. кафедри кіно та медіа Гданського університету, Польща); «Креатив, дизайн, комунікація» (модератор – доц. Маргарита Нетреба, доц. кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Факультету журналістики КУБГ, канд. наук із соц. комунікацій); «Соціальні комунікації та війна: актуальні тренди» (модератор – Євген Магда, канд. політ. наук, доц. кафедри видавничої справи та редагування Навчально-наукового видавничо-поліграфічного інституту Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»).

З іншого боку, креативне рішення – три круглі столи з участю фахівців-практиків, спеціалізованих у рекламі та PR-креативі, видавничій галузі та журналістиці. Ці заходи активно взаємодіяли з більш ніж 90 учасниками, серед яких були як викладачі, так і студенти, аспіранти та молоді вчені.

У контексті стратегії промоції наукової конференції в цифровому середовищі з цільовою аудиторією студентів та аспірантів закладів вищої освіти України, визначено ключові цілі заходу:

1. Стимулювання інтересу та участі в наукових дослідженнях серед молоді: Першочерговою

метою конференції є активізація інтересу студентів та аспірантів до наукових досліджень, сприяючи їхньому активному включенню в науковий простір.

2. Створення платформи для обміну знаннями та налагодження контактів: Конференція має служити ефективним майданчиком для взаємодії між студентами та дослідниками, сприяючи обміну знаннями та створенню мережі наукових контактів.

3. Підтримка міждисциплінарної співпраці та інновацій: Конференція розрахована на створення сприятливого середовища для співпраці між різними науковими напрямками та стимулювання інноваційних підходів у наукових дослідженнях.

Для досягнення поставлених цілей використовуються для промоції такі цифрові платформи:

1. Вебсайт Університету Грінченка: Створення окремої події з повною інформацією про конференцію, включаючи розклад подій, інформацію про доповідачів та деталі реєстрації, сприяє зручності отримання необхідної інформації учасниками.

2. Соціальні медіаплатформи: Використання офіційних сторінок Facebook та Instagram дозволяє широко охопити цільову аудиторію, створити гучний ефект та підвищити інтерес до конференції через взаємодію в соціальних мережах.

3. Інформаційні листи електронною поштою: Регулярне висилання оновлень та нагадувань за допомогою електронної пошти спрямоване на підтримку своєчасної та інформованої участі студентів і викладачів ЗВО у конференції (рис. 2).

Креативний та нетривіальний підхід до розробки елементів айдентички, які взаємодіють один з одним, створюючи унікальний і цілісний образ наукової конференції, робить його особливим в очах аудиторії та підкреслює його індивідуальність. Наявність якісно розробленої фірмової айдентички створює імідж успішного заходу. Айдентика може створювати репутацію події.

Основна мета даної стратегії просування наукового заходу полягає в створенні інтересу серед потенційних учасників та спонуканні їх відвідати конференцію. Відповідно до обраної стратегії, контент, який публікується в соціальних мережах, націлений на ефективне організаційне представлення заходу. Зазначимо ключові аспекти цієї стратегії:

1. Інформування про майбутню конференцію: Публікації у Facebook, Instagram та Telegram містять основну інформацію щодо дати, місця та часу проведення заходу, а також розкривають тематику секцій конференції. Охоплення цих дописів становить 1296 читачів, що сприяє широкому розповсюдженню інформації.



Рис. 2. Інформаційні та промоматеріали заходу

Джерело: сформовано авторами

2. Інформування про міжнародних учасників: Пости з фокусом на міжнародних учасниках конференції привертають увагу та мають охоплення у 784 читачі.

3. Знайомство з тренерами воркшопів: Публікації, присвячені тренерам воркшопів, створюють додатковий інтерес (охоплення – 1148).

4. Інформування про роботу круглих столів: Пости, присвячені роботі круглих столів, забезпечують охоплення в 1698 читачів, поглиблюючи інтерес до конференції.

Важливо відзначити, що просування наукових заходів має свої власні особливості, включаючи необхідність зацікавлення потенційної аудиторії, підігрів інтересу до наукових лекцій та роз'яснення доступності науки для всіх. Після проведення конференції важливо продовжувати роботу з контентом, публікуючи фото та відеозвіти, постселізи та інші матеріали.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Студентська наукова конференція, організована спеціально для креативних індустрій, неоднозначно вважалася хорошим прикладом ефективною науковою діяльністю.

Такий високий рейтинг пояснюється кількома ключовими чинниками:

- комплексна дводенна програма, яка наповнена інформативними та цікавими івентами за участю 250 учасників;

- робота професійних спікерів в рамках творчих майстерень і круглих столів;

- трансформація формату наукового заходу, сприяючи створенню можливостей для спілкування, обміну практичним досвідом і вирішення спільних проблем;

- оригінальне візуальне оформлення конференції, яке сприяє її успішному брендуванню та запам'ятовуваності.

Окремим елементом було проведення анкетування учасників. Важливо було не тільки дізнатися про ставлення учасників до різних аспектів організованого заходу, але ще раз націлити учасників на осмислення важливості та залученості до наукової діяльності. В опитуванні взяли участь 76 студентів. Анкета була створена у сервісі google forms та включала 10 питань, обробка результатів здійснювалася автоматично за допомогою обчислення відсотка від загальної кількості опитаних. Переважна більшість респондентів (81%) високо оцінили айдентику та візуальне оформлення наукової конференції. Більшість респондентів (67%) зазначили, що чітко визначена айденстика для наукового заходу впливає на рішення брати участь в ній. Однак особливий інтерес викликає представлена на конференції наявність додаткових заходів для учасників у вигляді воркшопів (93% опитаних).

Кейс Університету Грінченка є прикладом того, як цифрову креативну стратегію та візуальну

ідентичність можна ефективно реалізувати для просування наукової конференції серед молоді. Використовуючи найсучасніші креативні інструменти та платформи, університет зміг привернути увагу молодих учасників і стимулював інтерес до тем конференції.

Підсумовуючи, використання цифрової творчої стратегії та візуальної ідентичності має вирішальне значення для просування наукових

конференцій серед молоді. Як сучасний маркетинговий інструмент цифрова креативна стратегія допомагає охопити ширшу аудиторію та ефективно залучити її. Водночас візуальна айдентика відіграє ключову роль у брендингу та створенні унікального образу конференції. Кейс Університету Грінченка демонструє успішну реалізацію креативної стратегії у популяризації своєї наукової конференції серед молоді.

#### Список літератури:

1. Бойко О. Ю. Інтердисциплінарний огляд феномену віртуальної комунікації. *Академічні візії*. 2023. № 23. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/556>
2. Гальчинська О. С. Дизайн-проекування основних компонентів айдентики бренду. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі: монографія / за заг. ред. М. В. Колосніченко. Київ : КНУТД, 2022. С. 149–169.
3. Марченко А. А., Ємельова А. П. Візуальні засоби дизайну в системі корпоративної ідентифікації. *Науковий огляд*. 2021. № 6(78). С. 81–89.
4. Сорокіна Г., Мальцева М. Особливості використання фірмового стилю для закладів освіти. *Grail of Science*. 2023. № 27. С. 139–143.
5. Wu J. Y., Liao C. H., Cheng T., Nian M. W. Using data analytics to investigate attendees' behaviors and psychological states in a virtual academic conference. *Educational Technology & Society*. 2021. № 24(1). С. 75–91.

#### **Horbenko H. V., Netroba M. M., Uzhanska T. I. DIGITAL CREATIVE STRATEGY AND VISUAL IDENTITY AS FACTORS IN PROMOTING A SCIENTIFIC CONFERENCE AMONG YOUNG PEOPLE: THE CASE OF BORYS GRINCHENKO KYIV METROPOLITAN UNIVERSITY**

*In today's world, scientific conferences have become an important platform for researchers and scientists to share their knowledge and collaborate with colleagues. However, the success of the conference largely depends on its ability to attract a wide audience, especially young people, who are the future of the scientific community. This research paper aims to investigate an effective digital strategy for the event that can increase brand identification and popularity of the scientific conference among young people. Using the example of the promotion of the International Scientific and Practical Online Conference of Students, Postgraduates, Young Scientists and Practitioners "Creative Industries: Modern Trends" at Grinchenko University, the impact of identity and digital strategy on attracting young participants to scientific conferences will be explored. The study emphasizes that visual identity can lead to an increase in the number of participants, increased popularity, and better results for the conference as a whole. The study was conducted at one university, which limits its generalizability. Therefore, future research may involve several universities to increase the external validity of the findings. Overall, this study contributes to the dissemination of knowledge in the field of branding and digital strategies for academic institutions. The results of this study will contribute to a better understanding of the factors that influence attendee satisfaction and engagement, as well as provide conference organizers with information on how to improve the quality and effectiveness of their events. It is noted that the use of digital creative strategy and visual identity is crucial for promoting scientific conferences among young people. As a modern marketing tool, digital creative strategy helps to reach a wider audience and engage them effectively. At the same time, visual identity plays a key role in branding and creating a unique image of the conference.*

**Key words:** visual identity, scientific conference, creative strategy, logo, style, color scheme.

*Грушевська Ю. А.*

Національний університет «Одеська юридична академія»

## СОЦІОПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ РЕКЛАМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

*Стаття присвячена питанням реалізації соціокультурного аспекту сучасної української рекламної комунікації. Рекламна комунікація є однією з форм соціальної комунікації, тому у ній яскраво відбиваються пануючі настрої в громадській думці соціуму. Зокрема, йдеться про резонансну рекламу, котра оперативно з'являється як реакція на суспільні, політичні, культурні події.*

*Зазначається, що рекламні тексти відносяться до соціально значимих, що відображають найновітні процеси з будь-якої сфери суспільно розвитку.*

*Соціопрагматичний аспект рекламної комунікації має свої особливості залежно від медіа-канала, котрим поширюється рекламна інформація. Найзатребуванішим на поточний момент є digital-комунікація, включаючи також і DOOH (Digital Out-of-Home).*

*Аналіз соціопрагматичного аспекту української рекламної комунікації передбачає вивчення використання мовних ресурсів для досягнення соціальних цілей, а також маркетингових, суто прагматичних, цілей комерційної діяльності рекламодавця.*

*Подаються узагальнені способи виявлення соціопрагматичного аспекту рекламної комунікації: 1) використання мовних засобів, що підвищують враження загальної ввічливості рекламного повідомлення, його компліментарності; 2) звернення до соціальних цінностей суспільства; 3) використання мовних засобів, що створюють у споживача відчуття спільності; 4) звернення до чутливості щодо культурної ідентифікації представника цільової аудиторії; 5) побудова довіри й надійності у комунікації; 6) створення соціальної ідентичності; 7) звернення до емоційності і навіть епатажності. Соціопрагматичні функції мови реклами реалізуються шляхом використання емоційного наповнення лексем, вживання новоутворень (реklamних неологізмів), звернення до цінностей цільової аудиторії, імпліцитних природжень у межах рекламного тексту (соціальних, культурних, політичних тощо).*

**Ключові слова:** соціопрагматичний, рекламна комунікація, українська сучасна реклама, мова реклами, імпліцитність, рекламний неологізм.

**Постановка проблеми.** Актуальність дослідження обумовлена підвищеною увагою сучасної теорії соціальних комунікацій до проблем рекламної комунікації, зокрема й до безпосереднього її втілення – мови реклами. Мова реклами вважається найдинамічнішою в плані змін, вона нестала щодо лексичного складу, легко використовує величезну кількість новоутворень, а також досить терпима стосовно літературних норм, тому представляє значний інтерес для досліджень, оскільки, незважаючи на свій тимчасовий характер, структурні одиниці рекламних текстів впливають на лексичний склад мови в цілому.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Рекламну комунікацію висвітлювали у своїх наукових доробках Акіншина, І., Голік О., Здирик М., Комащенко І., Пожидаєва Н., Прищенко С., Пузанов В., Сизонов Д., Яненко Я. та ін. [див.: 1; 2; 5; 6; 8; 13–15; 17 та ін.].

Збільшення кількості типів і жанрів спілкування, ускладнення системи масових комунікацій призводять до різноманіття форм реклами, що, у свою чергу, відкриває перспективи її застосування в соціальній, побутовій, науковій, економічній, маркетинговій і інших сферах людської діяльності. Це означає, що якнайкраще досягаються прагматичні цілі реклами – швидко і усім відразу повідомити щось.

Рекламу як соціальну реальність часто називають засобом прихованого маніпулювання людиною і її свідомістю. Використовуючи знання з психологічної лінгвістики, знаючи характер суспільних стосунків і рівень культури досліджуваного соціуму, можна усвідомлено маніпулювати свідомістю цього соціуму, що і робить реклама за допомогою рекламного тексту. Зміни у свідомості мовця породжують лінгвістичні новації. Взаємозв'язок очевидний: реклама відбиває



наявні реалії і, в той же час, певною мірою сама є причиною їх формування. Чітко простежується взаємозв'язок між соціальними і мовними змінами в сучасному суспільстві.

**Постановка завдання.** Метою роботи є огляд теоретичних положень стосовно лінгвістичних особливостей української рекламної комунікації у соціопрагматичному аспекті. Об'єктом дослідження є рекламна комунікація як один із різновидів соціальної комунікації. Предмет дослідження – це лінгвістичні особливості вітчизняної рекламної комунікації у соціопрагматичному аспекті.

**Виклад основного матеріалу.** Розвиток громадських і ринкових стосунків поставив рекламу в один ряд з провідними формами реалізації комунікації. Сучасна комунікація як засіб і спосіб формування громадської думки і соціальної поведінки людини дала поштовх до масового використання соціально значимих текстів, включаючи рекламні. Рекламний текст належить до світу соціальної і культурної комунікації, тому сприйняття і розуміння тексту є результат «засвоєння» культурних досягнень суспільства в процесі соціалізації особистості.

Рекламний текст, що несе певну інформацію і обумовлений екстралінгвістичними чинниками, відображає картину соціального і культурного життя, характерного для суспільства в певні історичні моменти.

Голік О. зазначає, що «Рекламний текст можна вважати однією із найдинамічніших платформ, що відображає найновітніші процеси, які відбуваються в будь-якій сфері суспільного розвитку. Таким чином, розвивається і мова рекламного тексту: насичується неологізмами, вбирає в себе надмірну кількість просторіч, сленгу, професіоналізмів, жаргонів, що часто позначається зниженням загальної мовної культури» [2, с. 160].

Рекламний текст в попередніх роботах нами визначається як соціально детермінований словесний твір – елемент друкованої/вербалізованої реклами, який містить заголовок, підзаголовок, основний текст, підписи під ілюстраціями, слогани і рекламну кінцівку (рефрен слогану), – що характеризується специфічними ознаками змісту і оформлення; метою такого твору є створення мотивів для придбання товарів. РТ має конкретну прагматичну установку і покликаний сформувати потрібну для продуцента реакцію реципієнта [3].

Важливо зазначити, що соціально-прагматичні аспекти рекламної комунікації можуть значно відрізнятися залежно від продукту, цільової аудиторії та культурного контексту.

З лінгвістичного погляду, ґрунтуючись на сучасних дослідженнях в області комунікації, реклама визначається «як різновид масової комунікації, в якій створюються і поширюються інформаційно-образні, експресивно-сугестивні тексти однонапрявленого і неособистого характеру, сплачені рекламодавцем і адресовані групам людей з метою спонукати їх до потрібних рекламодавцеві вибору і вчинку» [7].

Рекламний дискурс відрізняється в різних медіаканалах, і кожне медіа має свої особливості. Подамо специфіку рекламного дискурсу в ЗМІ (телебачення, радіо та Інтернет), а також зовнішньої реклами (ООН – Out-of-Home або DOOH – DigitalOut-of-Home).

Телевізійна реклама: телевізійна реклама значною мірою покладається на візуальні та звукові компоненти. Рекламодавці використовують історії, привабливі візуальні ефекти та музику, щоб створити незабутні враження. Проте телереклама має часові обмеження, тому стислі та вражаючі повідомлення мають вирішальне значення. Для посилення ефекту повідомлень бренду через тимчасовий характер телевізійної реклами повторення цього рекламного повідомлення є звичним.

Реклама на радіо: оскільки радіо є слуховим засобом, ефективна радіореклама покладається на переконливі сценарії, модуляцію голосу та звукові ефекти, тобто для радійного рекламного повідомлення характерний слуховий фокус. Радіо заохочує слухачів використовувати свою уяву, роблячи творчу розповідь невід'ємним елементом. Для покращення запам'ятовування часто використовуються повторення та дзвінки мелодії.

Інтернет-реклама: для такої реклами притаманна інтерактивність. Інтернет-реклама допускає інтерактивні елементи, такі як посилання, відео та мультимедійний вміст. Онлайн-платформи дозволяють точно орієнтуватися на аудиторію на основі даних користувачів, підвищуючи релевантність реклами, важливим є зворотній зв'язок і залучення. Інтернет-реклама часто заохочує користувачів залучати користувачів, заохочуючи до коментарів, «вподобайок» та поширення.

Реклама поза домом (ООН): традиційна ООН-реклама спирається на статичні візуальні елементи, такі як рекламні щити та плакати. Для такої реклами важливим є акцент на місці: розташування є критичним, оскільки ООН-оголошення націлені на людей у певних місцях. Креативність використовується для швидкого привернення уваги. Використовуються короткі повідомлення через те, що глядачі мають обмежений час

для взаємодії з рекламою, стислі та вражаючі повідомлення мають вирішальне значення.

Цифрова реклама поза домом (DOOH): DOOH характеризується динамічним вмістом, вона дозволяє створювати динамічний вміст із можливістю змінювати повідомлення, включати дані в реальному часі та відображати декілька оголошень у циклі. Деякі платформи DOOH забезпечують інтерактивність, дозволяючи глядачам взаємодіяти з вмістом за допомогою своїх смартфонів або інших пристроїв. Подібно до онлайн-реклами, DOOH може використовувати дані для націлювання на певну аудиторію в певних місцях.

Аналіз соціопрагматичного аспекту українських рекламних текстів передбачає вивчення того, як мова використовується для досягнення соціальних цілей у контексті реклами. Соціопрагматика займається соціальними аспектами використання мови, включаючи те, як мова використовується для виконання соціальних завдань і підтримки соціальних відносин. У контексті реклами це часто передбачає переконання або вплив на аудиторію.

У загальному виді як соціопрагматичні аспекти можуть бути представлені в рекламних текстах у такий спосіб:

– Стратегії ввічливості: українські рекламні тексти можуть використовувати стратегії ввічливості для створення позитивної та шанобливої взаємодії з аудиторією. Це може включати використання ввічливої мови, вираження пошани та інших мовних особливостей, які підвищують загальну ввічливість повідомлення. Компліментарні вислови як правило поширюються на цільову аудиторію людей середнього віку, жіночу аудиторію та клієнтів з високим статусом. Наприклад, реклама від українського бренду Kachorovska: *«Я українка. Я одночасно на підборах і в кросівках. Я знаю, що таке франчайзинг і що таке хайлайтер. Мені 30, у мене троє дітей і три бізнеси. Я не боюся конкуренції, але... часом боюся епіляції. Я – українка. Я – феміністка. І фемінна. Я – фам фаталь. І я фатально не встигаю. Я – жінка, помножена на два. А значить – мені потрібно вдвічі більше. Я – українка. Kachorovska»* [10].

– Звернення до соціальних цінностей: рекламодавці часто використовують суспільні цінності та норми, щоб зробити свою продукцію привабливішою. В українському контексті це може включати узгодження продукту чи послуги з культурними цінностями, традиціями чи очікуваннями громади. Наприклад, реклама від КИЇВСТАР «Обійми» під пісню гурту «Океан Ельзи»: *«Обов'язково*

*настане момент, коли, щоб побачитись, зв'язок буде не потрібен. А поки ми робимо все, аби він був. КИЇВСТАР 25 років з Україною»* [11].

– Інклюзивна мова: українська реклама може використовувати інклюзивну мову, щоб звернутись до різноманітної аудиторії та створити відчуття спільності. Включення може бути досягнуто через мовний вибір, який враховує різні соціальні групи та ідентичності. Наприклад, соціальна реклама: *«Це Юлія. Вона працює касиром у супермаркеті. Але є дещо, що відрізняє її від інших. Юлія може годинами дивитися на воду у фонтані. Юлія, касирка, слабо чує. НА РІВНИХ Лише твій талант робить тебе особливим. Кроссекторальний проєкт, присвячений збільшенню статистики працевлаштування людей з інвалідністю в Україні»* [16].

– Культурна чутливість: щоб ефективно спілкуватися з українською аудиторією, рекламодавці мають бути культурно чутливими. Соціопрагматичні міркування включають використання мови, яка поважає культурні нюанси, традиції та місцеві звичаї. До прикладу, реклама зубної пасти українського виробника ОмніФарма, котра створена з українською колористикою і портретами відомих українських діячів: *«Чому на багатьох картинах відомі українці такі похмури? Може, у них не було зубної пасти на білому вугіллі? А в наш час є! Завдяки потужній сорбції видаляє токсини та небажані бактерії з ротової порожнини наша зубна паста на білому вугіллі. Додай посмішку! Купуй українське! НАША ЗУБНА ПАСТА НА БІЛОМУ ВУГІЛЛІ* [9].

– Побудова довіри та надійності: соціопрагматичні аспекти також передбачають встановлення довіри. Рекламодавці можуть використовувати формулювання, які наголошують на надійності, якості та автентичності продукту чи послуги.

– Створення соціальної ідентичності: реклама часто відіграє певну роль у формуванні соціальної ідентичності. Українські рекламні тексти можуть використовувати мову, щоб позиціонувати аудиторію як частину певної соціальної групи чи спільноти, створюючи відчуття причетності. Так, до прикладу, рекламна комунікація проєкту торговельної мережі АЗС ОККО разом з БФ «Повернись живим» має слоган *«Око за око»* [12], що додає загальновідомих біблійних конотацій до назви торговельної марки в руслі усєї інформації про війну й постійну допомогу ЗСУ як бізнесу, так і простих громадян, котрі через цей бізнес можуть долучитися до збору коштів. Паперові стакани для кави на АЗС «ОККО» містять напис *«ОКО ЗА ОКО*

ЗУБ ЗА ЗУБ ЗАГРИЗУ ЗА ТРИЗУБ». Імплицитність рекламних текстів посилюється піснею «Батьківщина» гурту KALUSH та репера SKOFKA на підтримку проекту [21].

– Емоційні звернення: соціопрагматика в рекламі часто передбачає виклик емоцій. Українські рекламодавці можуть використовувати мову, яка викликає емоційні реакції, щоб створити зв'язок між аудиторією та продуктом або брендом. Так, для максимізації ефективності впливу на цільову аудиторію створюють так звані рекламні неологізми:

*Sheba Зроби вечір муркотним*

*Рецепт котлолюбові №1 Gourmet Gold*

*Феноменально! Ні! Мефеномінально! (Препарат Мефенамінка)*

*#Завалентинимосся разом АТЕМ Керамічна плитка «Ательє кераміки»*

*атіс ОЦЕ ТАК КРАЇНО-КОФЕЇНО! (реклама заправних станцій)*

*Ловіть прогноз на цей четвер: у «Сільпо» очікуються рясні цінотижжикові опади У наших супермаркетах пронісся знижковий циклон зі зграєю цінотижжиків ☺ Ці хвостати та вухати товари зі знижками причаїлися на полицях і чекають слушного моменту, щоб чкурнути до ваших кошків та візочків. Шукайте цінотижжиків у супермаркетах «Сільпо» та за посиланням: <https://shop.silpo.ua/offers/cinotyzyky> Ціни тижня, які ви любите ☺*

Копірайтери створюють стратегію використання конкретних закінчень слів для контенту телеграм-каналу чи сайту. Так, до прикладу, торговельна мара MAUDAU пропонує своїм споживачам цікаві тексти із зміненими відповідно до самого прагматоніму слова у текстах: *Купуй штукау на всі святау на MAUDAU.COM.UA; Замов штукау на MAUDAU.COM.UA* [22].

Певною оригінальністю у лінгвістичному аспекті відрізняються останні творчі напрацювання ТМ COMFY у співпраці з українським

креативним агентством banda [18]. Продюценти рекламних повідомлень пропонують не лише використання молодіжного сленгу, а й рекламних неологізмів. З останніх – це серія рекламних повідомлень для COMFY (*Купуй КРАЦів у COMFY з доставкою за 1 гривню; KABANOSY FRIDGE COMMERCIAL від ДМИТРУК: Гей! Ти куди з ковбаснеком? Кабаносам норм без холодоса. Це ж Кабаноси від ДМИТРУК! Ну ти шо?*) [20].

Зросла частка повідомлень, у яких використано просторіччя, лайливі слова чи сленгізми. На початку повномасштабної російської агресії одеський магазин BENYA&ZUBRIK створив рекламу для свого закладу, розмістивши її просто на закритих фанерою вікнах і використавши знижену лексику. Це створило резонанс у медіа й дало можливість підняти обізнаність споживачів про магазин, його товари й позицію власників бізнесу: *«Ми працюємо, проте через одного поца змушені були норм інвестувати в фанеру. Коли той поц нарешті подохне, у нас будуть святкові знижки -70%»; «БІЛИЙ ШАББАТ до -60% А той поц досі не здох, але авансом знижки до -60%»* [19].

**Висновки.** Розуміння нюансів кожного рекламного носія має вирішальне значення для створення ефективних кампаній, які резонують із цільовою аудиторією та максимально використовують унікальні функції, пропонувані кожною платформою. Отож, можемо стверджувати, що і ЗМІ, і зовнішня реклама покладаються не тільки на сильні візуальні елементи, щоб швидко привернути увагу, а й на вербальну складову рекламного повідомлення, котра якраз і має створити основний його зміст.

Соціопрагматичні функції мови реклами реалізуються шляхом використання емоційного наповнення лексем, вживання новоутворень (реklamних неологізмів), звернення до цінностей цільової аудиторії, імпліцитних прирошень у межах рекламного тексту (соціальних, культурних, політичних тощо).

### Список літератури:

1. Акіншина І.М. Рекламна комунікація в друкованих ЗМІ. *Соціально-гуманітарний вісник*. 2018. Вип. 22. С. 15–16. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/sochumj\\_2018\\_22\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/sochumj_2018_22_11) (дата звернення 10.02.2024).
2. Голік О. В. Сучасні форми основного рекламного тексту. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. Запоріжжя, 2017. № 3 (31). С. 145–149.
3. Грушевська Ю. А. Власні назви в російському рекламному тексті: лінгвістичний і функціональний аспекти : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.02. Дніпро, 2005. 19 с.
4. Грушевська Ю. Етичний аспект розмивання межі між рекламою та редакційним матеріалом. *Теле- та радіожурналістика*. 2017. № 16. С. 75–81.
5. Грушевська Ю.А., Барабанова Н.Р. Імплицитність рекламного тексту як фактор впливу на цільову аудиторію. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2019. Т. 30 (69). № 1. Ч. 2. С. 160–164.

6. Здинок М. Рекламні онлайн-комунікації як засіб просування товарів в інтернет-середовищі / М. Здинок, І. Левкович, Н. Стасів, Л. Дранус. *Вісник Львівського національного аграрного університету. Економіка АПК*. 2021. № 28. С. 192–195. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnau\\_econ\\_2021\\_28\\_35](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnau_econ_2021_28_35) (дата звернення 10.02.2024).
7. Зірка В. Мовна парадигма маніпулятивної гри в рекламі : автореф. дис... д-ра філол. наук : 10.02.02; НАН України, Ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні. К., 2005. 32 с.
8. Комащенко І. І. Комунікаційні моделі презентації інновацій в сучасному інформаційному просторі : автореф. дис. ... д. філософ.: 061 – Журналістика. Журналістика / І. І. Комащенко ; Київський національний університет імені Тараса Шевченка. 2023. URL: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/aref/0823U100019> (дата звернення 10.02.2024).
9. НАША ЗУБНА ПАСТА на БІЛОМУ ВУГІЛЛІ. *ОмніФарма*. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=JyHw5\\_vOjPQ&t=22s](https://www.youtube.com/watch?v=JyHw5_vOjPQ&t=22s) (дата звернення 10.02.2024).
10. Нова жіночість від Kachorovska. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6b5-hOpj6tE> (дата звернення 10.02.2024).
11. Обійми. Київстар. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=g1XRSmCY4EY> (дата звернення 10.02.2024).
12. ОКО ЗА ОКО. URL: <https://charity.okko.ua/> (дата звернення 10.02.2024).
13. Прищенко С. В. Інтернет як актуальний засіб рекламних комунікацій у XXI столітті: веб-технології та стилістичні тенденції / С. В. Прищенко, М. О. Прищенко // *Теорія та практика дизайну*. 2015. Вип. 7. С. 218-226 URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/tprd\\_2015\\_7\\_30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/tprd_2015_7_30) (дата звернення 10.02.2024)
14. Пузанов В. М. Сучасний рекламний дискурс крізь призму наукових розвідок із соціальних комунікацій (2008–2017 рр.). *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2018. № 1. С. 151–160 URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk\\_2018\\_1\\_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2018_1_28) (дата звернення 10.02.2024)
15. Сизонов Д. Ю. Рекламна комунікація у фаховому аналізі лінгвіста-експерта. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2022. Вип. 45. С. 15–26. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/arupl\\_2022\\_45\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/arupl_2022_45_4) (дата звернення 10.02.2024)
16. Цикл роликів «На рівних» (№ 1) / Series of social videos "On equal" (#1). SAAD | Social Awareness Ads Festival. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ykTq2WQVVM0> (дата звернення 10.02.2024).
17. Яненко Я. В. Рекламні комунікації як чинник соціалізації у сучасному українському суспільстві: автореф. дис. ... д. соц. ком. : 27.00.06 – Прикладні соціально-комунікаційні технології / Я. В. Яненко; Київський національний університет імені Тараса Шевченка. 2021 43 с. URL: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/aref/0521U101550> (дата звернення 10.02.2024).
18. banda agency – креативне агентство. URL: <https://banda.agency/> (дата звернення 10.02.2024).
19. Benya & Zubrik. URL: [https://www.facebook.com/benyazubrik/posts/pfbid0dP2nTi6cBM7DwuNRPissSf8GYq1ZfSZN1Qc6QZ4Dc8daefdpwKt9w1aQbUudPKwNI?locale=ru\\_RU](https://www.facebook.com/benyazubrik/posts/pfbid0dP2nTi6cBM7DwuNRPissSf8GYq1ZfSZN1Qc6QZ4Dc8daefdpwKt9w1aQbUudPKwNI?locale=ru_RU) (дата звернення 10.02.2024).
20. Kabanosy Fridge Commercial. Dmytruk. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=-Cx\\_rgyPhPE](https://www.youtube.com/watch?v=-Cx_rgyPhPE) (дата звернення 10.02.2024).
21. KALUSH & SKOFKA – Батьківщина. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CSocShyU5Y&t=225s> (дата звернення 10.02.2024).
22. MAUDAU – маркет важливих штук. URL: <https://www.youtube.com/@maudau6078/videos> (дата звернення 10.02.2024).

## Hrushevskya Yu. A. SOCIO-PRAGMATIC ASPECT OF MODERN UKRAINIAN ADVERTISING COMMUNICATION

*The study concerns the implementation of the socio-cultural aspect of modern Ukrainian advertising communication. Advertising communication is one of the forms of social communication, therefore it clearly reflects the prevailing mood in the public opinion of the society. In particular, we investigate resonant advertising that quickly appears as a reaction to social, political, and cultural events.*

*It is pointed out that advertising texts are socially significant, reflecting the latest processes from any sphere of social development.*

*The sociopragmatic aspect of advertising communication has its own characteristics depending on the media channel through which advertising information is distributed. The most used at the moment is digital communication, including DOOH (Digital Out-of-Home).*

*The analysis of the sociopragmatic aspect of Ukrainian advertising communication involves the study of the use of language resources to achieve social goals, as well as marketing, purely pragmatic, goals of the advertiser's commercial activity.*

*Generalized ways of identifying the socio-pragmatic aspect of advertising communication are presented: 1) the use of language means that increase the impression of the general politeness of the advertising message, its complimentaryness; 2) appeal to the social values of society; 3) the use of language means which create a sense of community in the consumer; 4) appeal to sensitivity regarding the cultural identification of a representative of the target audience; 5) building trust and reliability in communication; 6) creation of social identity; 7) appeal to emotionality and even sensationalism. Sociopragmatic functions of the language of advertising are realized by using the emotional content of tokens, the use of new formations (advertising neologisms), addressing the values of the target audience, implicit additions within the advertising text (social, cultural, political, etc.).*

**Key words:** *sociopragmatic, advertising communication, modern Ukrainian advertising, advertising language, implicitness, advertising neologism.*

**Omelchenko M. V.**

National University of “Kyiv-Mohyla Academy”

## UKRAINIAN WARTIME NATION BRANDING DURING THE RUSSO-UKRAINIAN WAR

*Favorable international image is indispensable for political, socio-economic and cultural well-being of a nation in the globalization era. At wartime, however, the issue of positive national brand becomes ever-more strategic as foreign political and military support directly hinges on the ability of the state to attract allies among foreign elites and the public. Therefore, this article examines how nation branding approach could be used by a state to construct favorable perceptions of itself among key foreign audiences in wartime.*

*Methodologically, critical discourse analysis was applied to analyze a case study of the Ukrainian government communication efforts during wartime (2022–2024). The author addresses three main questions: How and why did the sociocultural context of Russo-Ukrainian war influence Ukrainian government decision to engage in strategic nation branding efforts? What institutional factors shaped the production of wartime nation branding campaigns by the Ukrainian government? How did the nation branding efforts managed to construct Western elite and public perception of the new Ukrainian brand to sustain vital military and political support?*

*The results of the research reveal that Russian full-scale invasion and dependence over Western countries' military and political support have motivated Ukrainian government to strategically engage in creative nation branding. Institutional architecture of the communication consisting of effective state-private cooperation and personal branding created necessary conditions for the deployment of a tailored, emotionally imbued audience engagement tactic. Lastly, on the textual level, several examples are analyzed to illustrate how nation branding efforts benefited from the use of narrative tools and clever collaboration with a popular mass culture phenomenon.*

**Key words:** *narrative, media discourse, discourse analysis, nation branding, Russo-Ukrainian war, public diplomacy.*

**Statement of the problem.** Since the collapse of the Soviet Union, Ukraine was unable to get rid of the entrenched international image of a poor and corrupt post-socialist country. In contrast to Russia with its blooming economy of “energy superpower” and widespread international recognition in 2000s, Ukraine used to be severely underrecognized and misrepresented in the West with the US Ambassador Matlock calling Ukraine a “nowhere nation” [27]. And surely until 2022 no Ukrainian leader had ever had such levels of popularity abroad as did Russia's Putin.

Two decades later Putin turned Russia into an international pariah by invading Ukraine in brutal WWII-style *Blitzkrieg* attack. Now it is Ukrainian president Zelenskiy who becomes *Time's Person of the Year* and receives a prestigious *Charlemagne Prize* in Germany (awarded to the prominent Western leaders contributing to European unity and welfare such as W. Churchill) for the collective Ukrainian efforts to “support and defend European values” [11].

Thus, in wartime Ukraine managed to radically change the way Western politicians and publics perceived and recognized its statehood and society. It is

presumed that Ukrainian wartime public engagement campaign can be attributed to that radical change. Being a belligerent state with critical dependence on foreign assistance, the Ukrainian government managed to utilize wartime as a window of opportunity to implement an effective nation-branding strategy. In this article, we apply critical discourse approach to find out factors that contributed to the success of Ukrainian wartime nation branding efforts.

**Analysis of recent research and publications.** N. Kaneva defined nation branding as the introduction of tailored discourses and practices into the processes of national governance with the aim of reconstituting state- and nationhood both for internal and external purposes [24, p. 118]. In the 2000s, the world came to see a parade of catchily named nation branding campaigns made by creative agencies and financed by the governments (such as “Cool Britannia” or “Uniquely Singapore” [38]). States engaged in nation branding presumed that by establishing attractive national image, a country's “intangible wealth” [6, p. 291], they will gain sociopolitical influence as well as material resources.

C. Browning viewed a nation's brand as a new security dimension because states are as much concerned with upholding and enhancing a sense of self-esteem and national dignity as with preserving their territorial sovereignty from physical threats of violence [8]. In a similar vein, W. Olins introduced wartime as a key context that have historically made nations so focused on reshaping their identities and conveying this change to the external audiences [30, p. 244]. For instance, P. Van Ham showed how negative place branding by other national and private actors could evenly undermine socioeconomic livelihood of a post-socialist transitioning country like Kazakhstan and an established liberal democracy like Denmark with governments of both treating the issue like a danger to national security [37]. Clearly, as RAND's analysts D. Ronfeldt and J. Arquilla postulated, nowadays states operate not only in terms of *Realpolitik* (physical survival), but also in *Noopolitik*. It is a discursive realm of "whose story wins", where values, concepts, ideas and images matter the most. To succeed in this world of ideational and cultural matters, a state must be masterful at designing resonating narratives and tailoring them to specific international contexts [33].

One of the key elements enabling success of a nation's branding worldwide lies in resonance to achieve public engagement. P. Van Ham argued that values of the primary audiences are crucial for a nation branding campaign as values are leverages for reaching their hearts and souls [37]. For the states engaged in branding, convincing certain foreign audiences of having similar goals and values or, even more preferably, being an embodiment of some universally applicable desired values is incremental.

**Task statement.** Since its inception in the late 1990s, national branding research has been focusing on tracing down and evaluating success stories of pioneering countries that utilized corporate branding strategies to shape a better perception of their country (see e.g., *Anholt-Ipsos Nation Brands Index* [5]). However, the Russo-Ukrainian war has initiated important developments in the field by shaping institutional and discursive development of nation branding campaigns thus creating unique contextual factors of wartime environment. Naturally, Ukrainian wartime nation branding efforts have received some scientific attention [21; 26; 20; 9; 13]. These works emphasized unique wartime environment and specific discursive and technological strategies thus identifying nascent caveats in the literature. Therefore, it is necessary to fill in the existing gaps in the field considering a plentiful number of examples surfaced throughout 2 years of the war.

Methodologically, case study approach is used as we review a particular dimension of Russo-Ukrainian war, that is, nation-branding efforts of the Ukrainian government. Additionally, as N. Kaneva et. al mentioned, Ukraine employed different technological, narrative, and visual modes of communication (e.g., videos, photos, memes) to effectively address different audiences to achieve foreign policy objectives [22]. We attempt to approach those modes of communication using Fairclough's critical discourse analysis (following a relevant adaptation of this method for nation branding research [23]). Wartime nation branding of the Ukrainian government is considered a "genre of discourse" with "texts"-rich "communicative events" [23, p. 509; 14, pp. 53–62]. Specifically, we start with a broader sociocultural picture of Russo-Ukrainian war, which, in turn, has shaped the factors that influence the institutional production of texts within the Ukrainian government. Lastly, texts are analyzed as separate events in the form of various modes of communication utilized during the Ukrainian nation branding campaigns.

Thus, there are 3 of our research questions that correspond with each level of Fairclough's model (from broader to narrower levels):

RQ1: *How and why did the sociocultural context of Russo-Ukrainian war influence Ukrainian government decision to engage in strategic nation branding efforts?*

RQ2: *What institutional factors shaped the production of wartime nation branding campaigns by the Ukrainian government?*

RQ3: *How did the nation branding efforts managed to construct Western elite and public perception of the new Ukrainian brand to sustain vital military and political support?*

Outline of the main material of the study.

**RQ1:** C. Browning postulated that lack of international recognition "can even challenge the symbolic existence of the group/nation" [8, p. 5]. In the same vein, N. Cull wrote that limited international reputation could be an exceptionally damaging factor for a nation-state [12, p. 413]. History and political psychology are inundated with examples of political decision making based on the deprivation a nation or a state of its right to exist within internationally recognized borders due to various personal reasons. Arguably, Putin's 10-year war against Ukraine has been based (in part, at least) on his inner justification of the deprivation of the Ukrainian right to exist as an independent nation state – as he himself demonstrated during the infamous interview to T. Carlson.

Historically, lack of agency and positive international reputation have been a crucial issue since Ukraine gained independence in 1991. From one side,

there certainly was a “negative” chauvinist branding tradition by the Russian propaganda machine oriented at damaging independent Ukraine’s image abroad. R. Szporluk stated that in 1990s false frames of reference were often used in academic circles by representatives of the Russian elite [3]. Since 2014 Russia ramped up its efforts to legitimize its hybrid warfare and annexation of Ukrainian regions. For instance, Y. Fedchenko systematized more than 500 examples of Russian propaganda, including those aimed at depriving Ukraine of its international agency (“Ukraine as a ‘failed state’”) and negative branding of the Ukrainian army [15, p. 159]. Additionally, S. Budnitsky noted that Russia belittled Ukraine as a “US puppet” with “corrupt, inept, and drug-addicted” elites [9]. Moreover, between 2014 and up until the full-scale invasion, some prominent decision makers and experts in the West did indeed voice claims that questioned Ukrainian state’s agency. For instance, in his 2016 interview to Goldberg, US President Obama conceded that Ukraine “is going to be vulnerable to military domination by Russia no matter what we do” [17]. After analyzing other examples of expert opinions on Ukrainian defense capability voiced by the prominent Western military and security experts before the war, Afanasieva et al. concluded that there was fear of the imminent Russian retaliation for providing Western weapons to Ukraine and significant undervaluation of Ukrainian military and state capabilities [4, p. 22].

From another, R. Horbyk and D. Orlova noted that during the hybrid stage of Russian war in 2014–2021 the effectiveness of Ukrainian governmental response to the issue of poor international perception was questionable due to predominantly reactive approach [20]. Most of the governmental and private initiatives concentrated on ‘righting the wrongs’ about Ukraine, effectively reducing Ukrainian narrative to countering Russian propaganda efforts. In the oft-twisted understanding of what Ukraine was among the Western publics and elites, these efforts did not help in branding Ukraine as a unique country with its own features, but rather created an impression of a country that is “not like what Russia tells us about”.

Yet, on February 24, 2022, started Russian full-scale invasion in Ukraine. Essentially, wartime has profoundly influenced both institutional and contextual dimensions of Ukrainian foreign communication. When a weaker state faces a nuclear superpower’s *Blitzkrieg*-like invasion, the only rational decision would be to urgently seek political, military and financial support from foreign nations. Naturally, the government feels existential threat and perceives its apparent lack of international recognition

among foreign audiences ever more acutely. In such context, risks of not receiving or losing international support are considered unacceptable. Thus, the issue of (re)gaining and preserving elite and popular support within the countries on which a state depends on would likely become a strategic initiative for the government. Nation branding with its wide range of audience-engaging techniques is one of the communication approaches available to the government in war.

For Ukraine, Russian full-scale invasion has hinged the fate of its nationhood on stable flow of Western military equipment and macro financial assistance. As the war has been becoming larger in scale with every month, it has naturally been depleting Ukraine’s Soviet military stocks, more infrastructure got destroyed, millions of refugees had to flee the country – all of those war consequences have made the scale and quality of foreign to grow exponentially. Moreover, Ukraine has relied on support from the democratic states. In contrast to authoritarian regimes, democratic governments must approve military and financial assistance to foreign nations under the strict public and institutional supervision. Arguably, most of the elected officials there would not likely risk their political future by deciding against the wishes or sympathies of their electorate. Therefore, Ukraine had to ‘win the hearts and minds’ of both Western elites and publics to sustain a continuous flow of foreign support.

Lastly, in contextual dimension Ukrainian strategic nation branding efforts have been greatly amplified by a peculiar quality of the technology-driven era, that is, rapid and intensive social and traditional media attention to large-scale national tragedies. International attention is incremental for nation branding because it is vital to capture the ever-changing attention of modern audiences among the myriad of other events throughout the world. Arguably, this is one of the reasons why there is always such a fierce competition between states to hold the large international sporting events like Olympics or Football World Cups. In this regard, due to recent technological developments the largest war on the European subcontinent since WWII became the most media-covered and documented conflict the world has ever seen so far. Widespread, almost unrestricted access to the Internet, even on the fiercest battlegrounds in Ukraine (thanks to Western-supplied technology such as *Starlink*) made it possible for Ukrainian army, national and foreign media to promptly broadcast footages and messages to the world. As will be shown below, such technological advancements allow for the deployment of more clever nation branding toolboxes during wartime.



**RQ2:** Under such contextual circumstances, Ukrainian leadership's strategic priority has been to rebrand Ukrainian national image, that is, to replace the previous unfavorable perception of Ukraine with the one that would make it attractive for key Western audiences. Additionally, the goal has been to solidify widespread public and political support for the Ukrainian war narrative among Western partners. As a result, since the beginning of the invasion, Ukrainian government has been orienting its communication efforts to reinforce nation (re)branding.

In this section, we aim to elucidate institutional aspect of text production during wartime. However, it has to be noted that delving into Ukrainian government decision making procedures and details is almost impossible due to obvious wartime reasons. Except for those stories published and framed directly by the government, so far only a handful of journalists and insiders have had access to the Ukrainian 'inner kitchen', such as an American journalist S. Shuster with his 2024 book *The Showman* [34] or, albeit indirectly, a Polish insider Z. Parafianowicz with his 2023 book *Poland at War* [31]. Therefore, it is obvious that more detailed, verifiable, and rich in detail analysis could be possible after enough time passes or the war comes to an end.

Firstly, there has been a huge focus on state and private partnership as conventional nation branding theory prescribes. Designing attractive narratives for modern audiences is a skill that is "akin to art, rather than a science" [33]. Therefore, bureaucracy-staffed state apparatuses have started to contract the services of creative agencies to develop such narratives and implement successful campaigns. For Ukraine, in less than a month since the war started, the Office of President of Ukraine, the Cabinet of Ministers of Ukraine, the Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine, and the Ministry of Digital Transformation of Ukraine appointed a local branding company *Banda* to develop an urgent nation branding campaign "*Be Brave Like Ukraine*". After its official start at April 8, 2022, it would mainstream in 15 countries worldwide being displayed at biggest streets and the websites of the Western world. Elaborating on war-inspired international media attention, Ukrainian government and *Banda* engaged in active promotion campaign, getting support from the renowned global media to utilize their surfaces and audiences to push through a braver, rebranded version of Ukraine. N. Kaneva applied a critical discourse approach to this initiative, noting that Ukraine appropriated those values and concepts, among Western audiences that would resonate with them, such as protection of democracy against evil

(entrenched in Western *Cold War* narrative) or universal values of heroism and bravery [21]. In the end, such a campaign is an example of the swiftness of the Ukrainian government response to the emergent need of rebranding in the face of growing dependency on Western support in long exhausting war against Russia.

Secondly, the Ukrainian government has put a greater emphasis on the role of leadership and personality of Ukrainian President V. Zelenskiy. G. Lee stated that individuals who are perceived as international heroes and celebrities serve as role models working over "certain universal values" as well as "setting an international agenda to achieve certain national or international goals" [25, p. 398]. Even before his election in 2019, V. Zelenskiy himself has effectively served as a marketer of new Ukraine by ridiculing older generations of corrupt politicians predominant in the post-Soviet states (albeit tailored for limited post-Soviet audiences). Since the start of the war, international media and researchers naturally emphasized on the fact of rapid transformation of President Zelenskiy into immensely popular world leader [20].

Wielding sufficient media and symbolic authority in Ukraine and over the Post-Soviet space, almost immediately after the war V. Zelenskiy has taken the role of "normative entrepreneur" for the sake of bolstering Ukrainian government communication and national brand. Being a derivative from a wider economic theory of entrepreneurship and rationality, normative entrepreneurship is a process of construction, framing and persuasive conveying of norms in international relations (IR) by state or private, collective or individual actors [28, p. 483]. By norms in IR C. Wunderlich understood behaviors that are socially appropriate and thus permitted for actors in complex social environments [40]. As norms are prone to change, some charismatic individuals are able to change and set those standards in respective fields, such as those with Martin Luther King with individual rights movements [35]. Lastly, proactive norm distribution was identified as a useful strategy for smaller states that are looking for a niche and visibility in international relations [7, p. 48].

Right after the full-scale invasion, V. Zelenskiy's skilled team of PR-managers and speechwriters recognized the opening window of opportunity in the niche of international moral leadership at the time of war. Arguably, his personal image of young, fit, brave, and truthful president of a small country under existential threat perfectly met the demand for a 'hero fighting evil' archetype universal in every culture, specifically in the West. Most importantly, his personal image and messages he directed outwards reflected his actions.

The Western elites and wider publics were impressed with his famous phrase “I need ammo, not a ride” in the early days of the war, yet there are other examples, such as regular visiting the frontline (where he also gave an interview to the US *Fox News*) or his emotional display after experiencing the site of the *Bucha massacre* in April 2022. Moreover, in his official communication, V. Zelenskiy appealed with morally imbued statements not only to his counterparts from the Western countries, but also directly to mass support rallies organized by the Ukrainian refugees and local governments throughout big and small European cities. Overall, he embodied those values featured in the “*Be Brave like Ukraine*” campaign.

As a result, international perception of the Ukrainian government officials started to shift from an image of corrupt post-Soviet elites to the young sympathetic leader. In his book “*Poland at war*”, Z. Parafianowicz supported this claim by stating that since April 2022, Ukrainian government has been effectively utilizing V. Zelenskiy’s personal image and a unique context of the capital Kyiv freed from the siege and memorable places (such as Bucha or Irpin) to elaborate on a Western political trend. V. Zelenskiy was happy to invite eager foreign leaders to Kyiv and to share with them a bit of his moral and emotional image in exchange for more weapons and official statements in support of Ukraine’s Euro Atlantic aspirations. At those meetings, Ukraine forged valuable institutional and personal bonds with many foreign leaders that previously were at best indifferent to Ukraine [31]. As J. Nye added, V. Zelenskiy managed to achieve “... not just Western sympathy but a substantial increase in deliveries of the military equipment that Ukraine needed for the hard-power task at hand” [29].

Thirdly, Ukrainian embassies around the world have actually utilized both “*Be Brave like Ukraine*” campaign and V. Zelenskiy symbolic power to organize supplementary campaigns in the other crucial fields, such as attracting foreign fighters to help Ukraine repel Russian invasion. While this government effort surely had military purposes in the first place, it did in fact produce tangible results in the sphere of positive branding of Ukraine.

On February 27, 2022, President Zelenskiy formed an institution of the International Legion for the Defense of Ukraine, which obtained a dedicated website and promotion campaign by the government featuring co-aligned messaging resonating with “*Be Brave like Ukraine*” campaign. It supplemented private volunteer organizations already fighting in Ukraine since 2014, such as the *Georgian Legion*. International Legion’s main goal was to bolster Ukrain-

ian army with combat-seasoned fighters and, importantly, to give additional legality and predictability to the volunteering. However, as one of the Legion’s members recalled, initially a recruitment criterion was rather loose, allowing in “those who just wanted to do photo-ops with a gun” also known as “*TikTok soldiers*” [39]. Leaving out military and organizational reasons and consequences of such an approach, from communicative standpoint it reflected the need of the Ukrainian government to bolster international recognition via people-to-people diplomacy, to have foreign citizens share their unique, emotionally-rich stories and experiences about the war in Ukraine.

For instance, S. Ting Lee drew attention to the foreign fighters with large social media follower pools that transmitted Ukrainian realities of war and crowdfunding initiatives among previously unreachable audiences [26]. She mentioned a South Korean military blogger with 700,000 *YouTube* followers who got arrested in his country for fighting and getting injured in Ukraine, thus gaining additional sensational visibility worldwide. After returning home, those volunteers typically keep their close emotional and organizational connection to Ukraine. Some of them even engage in “people diplomacy” by influencing their governments to bolster up support to Ukraine. For instance, US Army veteran J. Roberts who is currently volunteering in Ukraine approached US citizens and specifically US House of Representatives’ speaker M. Johnson with an emotional plea to continue supporting Ukraine amid Congressional deadlock [32].

Interestingly, the Ukrainian initiative of encouraging the deployment and simplifying the procedures for foreign volunteers indirectly contributed to the creation of a curious online organization. Elaborating on the international salience of the Russo-Ukrainian war and establishing social links with foreign volunteers on the ground, social media users from *X* created *NAFO* (North-Atlantic Fella Organization). Since then, *NAFO* has been increasingly instrumental in amplifying Ukrainian messages in Western social media, countering Russian propaganda, and fundraising for the Ukrainian military and volunteers, being a perfect example of Horbyk and Orlova’s “memetic warfare” concept [20]. Ukrainian government even participated in *NAFO* social media campaign: Then-defense minister O. Reznikov upon request changed his profile picture to align with the organization and acknowledged that “*NAFO expansion is non-negotiable!*”, receiving a large amount of coverage and reposts in *X* [2]. Arguably, such move from the Ministry of Defense’s PR-team intended to present the institution as contemporary and responsive as well

as to gain additional salience to Ukrainian military and volunteering efforts in the Western social media.

**RQ3:** In this section, some of the successful discursive nation branding tactics used by the Ukrainian government are critically approached.

*Wartime emotional discourse*

In our previous article [4], we argued that despite historically entrenched misconceptions among Western policy and security experts about the lack of competence of Ukrainian soldiers regarding mastering advanced Western military capabilities, Ukraine still managed to obtain modern air defence systems from its Western allies in autumn-winter 2022, such as US-made *Patriot*. Some experts were sure that those systems would escalate relations with Russia or were just too complicated for weak, post-Soviet Ukrainian army – and this misconception translated into official decision to deny official Ukrainian request to buy the system. After the full-scale invasion started and against the background of the Russian indiscriminate bombings of the Ukrainian cities, Ukraine framed its plea for modern weapons by appealing to emotions and compassion.

For instance, at the end of his first wartime speech in the US Congress on March 16, 2022, President Zelenskiy’s main goal was to urge US to close the skies over Ukraine. To amplify his message, he showed a 2 and a half min long emotional video [41]. We observe a quick sequence of visual images that underline a sharp contrast between peaceful, the ideal situation (Ukraine without war, with a clear sky) and grim war times (war and dangerous sky). Peace scenes are shot on a background of summer sunny days: panorama of Ukrainian cities, a child plays with doves (a symbol of peace), a family of three is seen happy, holding hands (a symbol of support and unity). Then, there is a part of grim war time as Russian indiscriminate rocket attacks on the same Ukrainian cities are shown. From one side, we observe a surveillance footage of ordinary civilian witnessing missile attacks and running for their lives, frightened. Surveillance footage provides additional credibility to the scene as well as adds a factor of human compassion as typically people tend to sympathize with other’s suffering. From another side, there is a visual emphasis on showing abstract destruction such as blazing fire and disintegrating buildings.

Next, sparkline storytelling is used to underline contrasts between current wartime and desired peacetime to engage the audience with emotional storytelling. For example, viewers could see a 2-second sequence featuring a street that changes from a sunny tourist destination to the barricaded, black-and-white battlefield with soldiers. In the same vein, in the

first shot we see a child running over a playground’s bridge – in the next shot, a child loses its agency as its mother carries it to safety over a broken road bridge. A smiling father holds his son in his arms, in the next shot it is a Ukrainian police officer with a crying child in his arms. Audio component of the video also works for generating emotions of compassion among the audience as it contains contrasting sounds of children laughing and crying. M. Skoryk’s *Melody*, often called a soul of Ukraine, was used as a soundtrack. Crucially, it has sad and tragic motives along with a more optimistic, life-affirming direction at its climax. It has been performed during emotionally imbued public diplomacy events, such as the 2022 “Concert for Peace” in Amsterdam. Overall, this audiovisual product clearly appeals to emotion and compassion to human tragedy and loss, showing the realities of war in Ukraine and emphasizing on the desired way-out of the unacceptable situation, that is, Zelenskiy’s core message to the US Congress – to close the skies over Ukraine.

*Utilizing Western weapons as a nation branding tool*

Eventually, Ukraine managed to receive Western air defense in the autumn of 2022, following Russian tactic to destroy civilian energy infrastructure in Ukraine. Arguably, this contextual factor of deliberate civilian targeting by Russia added resonance to the Ukrainian emotional messages as the depiction of Ukrainian schools and hospitals without electricity and heat contributed to the matter. After receiving the systems, Ukrainian government started using them not only for immediate purpose of protecting its skies against Russian attacks, but also in the sphere of nation branding.

Ukraine used US-made *Patriots* to rebrand its military’s image of old-fashioned force incapable of dealing with modern systems. Firstly, US media reported the impressions of US instructors who called Ukrainian trainees highly motivated, experienced, “impressive and absolutely a quick study” as they were able to fix those complex systems faster than their US counterparts [10]. Secondly, after US *Patriots* started to protect the skies over the capital Kyiv against most modern Russian hypersonic missiles, Ukraine utilized this fact to underline the increasing capabilities of its military. Unique institutional organization allowed for the creation of dedicated military stories in the social media featuring the images of the *Patriot* system that downed Russian missiles and awarding the Ukrainian officers. Remains of the hypersonic rocket were obviously shown to the foreign press. Moreover, the first case of successful interception, publicly verified by US military, was framed by Ukraine as a “historic success”, and a commendable example of the Ukrainian

American cooperation. Ukrainian Air Force Commander even publicly claimed that “it is impossible” for Russian hypersonic missile to destroy the American system [36]. Not only did that messaging countered previously entrenched misconceptions about Ukraine and its military in the Western social media, but also effectively marketed Western technology as highly capable and dependable to initiate a wave of patriotism and engagement among the Western audiences.

*Lack of recognition as an advantage in discursive realm: David v. Goliath approach*

Thanks to its lack of agency and recognition, just before the full-scale invasion Ukraine found itself being an international underdog facing a military defeat by the nuclear power. Yet, Ukraine managed to subvert the expectations as after the first month of the war it became clear that Putin will not have swift victory. Having withstood the initial attack, Ukraine then constructed its communications around the “narrative arc of David versus Goliath” [20], a well-known story of a human defeating a giant against all odds. By utilizing this approach in the social media, Ukraine effectively managed to discursively turn previous lack of recognition from weakness to strength. Therefore, we critically approach two distinctive governmental nation branding efforts that are using this toolbox.

*State Border Service of Ukraine*



**Fig. 1. Russian missile boat “Ivanovets” blocks a light Ukrainian Border Guard boat**

One of the perfect examples of David v. Goliath arc in the Ukrainian government communication is a case of State Border Service of Ukraine (SBSU). In Figure 1, we observe a photo published by this institution on February 02, 2024. On that day, Ukraine managed to destroy a Russian missile boat “Ivanovets” near Crimea. Being a massive military achievement for Ukraine per se, the SBSU amplified it with David v. Goliath-like narrative:

“On the photo: Balaklava bay, February 2014, “Ivanivets”, armed with anti-ship missiles, is steaming, puffing, and intimidating a boat of the SBSU: “i am ruzian military ship...[?]””. And the boat,

*despite being small, yet shines defiantly and with full confidence that everything will be [?] Ukraine” [1].*

From a mere visual point of view, viewers observe just a small Ukrainian boat (featuring Ukrainian national flag) facing a much larger ship. However, being posted almost 10 years later, after the bigger ship got sunk by small unmanned vessels, the image perfectly fits narrative tropes of David v. Goliath story, reproduced by the small Ukrainian boat and big “Ivanovets” ship destroyer. The text of the post indeed underlines, even ridicules Russian ship (“steaming, puffing”) with an attempt to impersonate it, to give it a human-like agency (“intimidating a boat”). In contrast, the Ukrainian boat is sacralized and heroized, e.g., “shines defiantly”. Notice also an extensive use of informal *emojis* that reflect and amplify the characteristics given both to the Russian and Ukrainian ships. In some aspects, this post also elaborates on previous symbols of Ukrainian resistance, such as world-famous “Russian warship go \*\*\*\* yourself” story, in which despite the initial lack of resources, Ukraine eventually restored historical justice with *Moskva* cruiser.

*UNITED24 and cooperation with popular cultural phenomenon*

R. Horbyk and D. Orlova introduced the concept of “memetic warfare”, explaining how Ukrainian wartime values of courage and resistance could be embodied in simple and catchy symbols [20] with notable examples of *Patron the Dog* or *Ghost of Kyiv*. However, generally it is harder for new brand symbols to have the same cultural resonance and universal appeal to wider audiences as the deeply entrenched ones. Rational actors in IR seek to utilize already entrenched ones, according to M. Finnemore and K. Sikkink [16, p. 906]. Following this trend, Ukraine has been approaching Western audiences by linking its values to the universally popular symbols that in certain cases even amplified its own discourse.



**Fig. 2. A post by Mark Hamill on his official X page**

Government fundraising initiative *UNITED24* is a good example of state-private partnership. Using V. Zelenskiy's personal image, Ukraine has been successfully cooperating with brand ambassadors among the Western leading public figures to increase the outcomes of fundraising and nation branding. Mark Hamill is better known to millions of *Star Wars* fans as *Luke Skywalker*, a fictional *Rebel* hero who confronts evil *Empire* to save the universe. Discursive resonance between Ukrainian cause and *Star Wars* works on multiple levels: on macro level, weaker Ukrainian state successfully resists against the nuclear power, thus reflecting *Star Wars* narrative of "good Rebels" against "evil Empire". On microlevel, by supporting Ukraine M. Hamill aligns his fictional character *Luke Skywalker* with a good side. M. Hamill constructs his messaging accordingly: In his X post from February 26, 2024, he directly replied to Russian embassy in South Africa that "the Ukrainian people are the Rebels-YOU are the Evil Empire" [18]. Surely, it is natural for him to be a Ukrainian brand ambassador and fundraise drones for the Ukrainian army.

Other *Star Wars* symbols of resistance have been also utilized in a meaningful way to give Ukrainian nation-brand additional recognition and power. For example, in 2022 M. Hamill posted an image, on which Rebels' *X-Wing* fighter in Ukrainian colors confronts hundreds of mighty Empire's *Star Destroyers* in Russian colors with a slogan "RESIST: Stand with Ukraine" [19]. The slogan bolsters up the image, tying it to the Ukrainian narrative and ultimately making it a part of the new Ukrainian nation brand. Yet again, not only this image builds upon universally known symbols of the pervasive *Star Wars* franchise. It also recreates the narrative trope of David v. Goliath by demonstrating an uneven battle and yet leaves out no doubts who will be the victor (as in *Star Wars* 'good guys' always defeat the 'bad guys').

**Conclusions.** In this article, critical discourse analysis has been used to approach the issue of wartime nation branding efforts of Ukraine during the Russo-Ukrainian war. Specifically, Ukrainian govern-

ment wartime communication aimed at rebranding its historically entrenched lack of agency and recognition worldwide has been analyzed in 3 intertwined dimensions of sociocultural practice, institutional dimension of text production, and the content and tactics of the nation branding campaigns themselves.

On the sociocultural level, it was found that wartime has effectively created a window of opportunity for the Ukrainian government to strategically prioritize (re)branding efforts. Long and exhausting full-scale war with a more resource-rich enemy has put Ukrainian government into critical dependence on Western democracies. Democratic decision making in those countries underlined the urgent need for sustaining wide elite and public support for Ukraine and its constructed image abroad.

On the institutional level, resourceful state-private partnership and personal branding and diplomacy of President Zelensky could be attributed to form the basis for wartime nation branding efforts of Ukraine. Government initiatives included conventional cooperation with local branding agencies, such as world-famous *Banda* company with the "Be Brave like Ukraine" campaign. Importantly, they resonated with carefully constructed image of President Zelensky that pushed through the same values and desired behaviors (bravery and truthfulness) as branding initiatives and therefore attracted Western leaders to form valuable political bonds.

Lastly, on a textual level, several cases were presented to illustrate discourse practices Ukraine used in nation branding campaigns. To acquire modern aid defense, emotional appeal was used to generate compassion among the US Congress' members. Moreover, Ukraine utilized successful application of those systems as a communication tool to rebrand the international image of its military as an effective force and instigate Western patriotism. Moreover, narrative trope of David v. Goliath has been used to discursively switch previous weaknesses of international image of a weak incapable state facing a 'superpower' into advantages with each military victory or clever collaboration with popular sci-fi franchise.

#### Bibliography:

1. ДПСУ | Держприкордонслужба. Дякуємо побратимам з Головного управління розвідки Міністерства оборони України за те, що відновили історичну справедливість та записали рашистське корито «Іванівець» у підводний флот (02.02.2024). *Telegram*. URL: <https://t.me/DPSUkr/18017> (дата звернення: 28.02.2024).
2. Резніков подякував інтернет-спільноті NAFO, яка створює меми, присвячені протидії пропаганді РФ | #Межа. URL: <https://mezha.net/ua/bukvy/oleksii-reznikov-podiakuvav-internet-spilnoti-nafo-iaka-stvoriuie-memu-prysviacheni-protydii-propahandi-rf/> (дата звернення: 28.02.2024).
3. Шпорлюк Р. Формування модерних націй: Україна – Росія – Польща. Київ: ДУХ І ЛІТЕРА, 2016. 552 с.
4. Afanasieva N., Beiter S., Omelchenko M. Back to spring: Towards a new European security architecture. *Der Donauraum*. 2023. Vol. 63, № 3-4. P. 21–41.

5. Anholt-Ipsos Nation Brands Index. *European Commission JRC*. URL: <https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/explorer/explorer/indices/nbi/anholt-ipsos-nation-brands-index> (date of access: 28.02.2024).
6. Aronczyk M. How to do things with brands: Uses of national identity. *Canadian Journal of Communication*. 2009. Vol. 34. P. 291–296.
7. Björkdahl A. From idea to norm: Promoting conflict prevention. Lund : Lund University. 2002. 199 p.
8. Browning C. Nation branding, national self-esteem, and the constitution of subjectivity in late Modernity. *Foreign Policy Analysis*. 2013. Vol. 11, no. 2. P. 195–214.
9. Budnitsky S. Global disengagement: public diplomacy humor in the Russian–Ukrainian War. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2022. Vol. 19. №3.
10. Carberry S. Ukrainians a ‘quick study’ on Patriot system; U.S. Army taking notes. *National Defense Magazine*. URL: <https://www.nationaldefensemagazine.org/articles/2023/3/21/just-in-ukrainians-quick-study-on-patriot-system-us-army-taking-notes> (date of access: 29.02.2024).
11. Charlemagne Prize 2023 goes to Ukraine’s President and Ukrainian people. *The Euromaidan Press*. URL: <https://euromaidanpress.com/2023/05/14/charlemagne-prize-2023-goes-to-ukraines-president-and-ukrainian-people/> (date of access: 14.02.2024).
12. Cull N. From soft power to reputational security. *The Routledge Handbook of Diplomacy and Statecraft*. 2nd ed. London, 2022. P. 409–419.
13. Cull N. The war for Ukraine: reputational security and media disruption. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2022. Vol. 19. № 2. P. 195–199.
14. Fairclough N. Media discourse. London : E. Arnold, 1995.
15. Fedchenko Y. Kremlin propaganda: Soviet active measures by other means. *Estonian Journal of Military Studies*. 2016. Vol. 2. P. 141–170.
16. Finnemore M., Sikkink K. International norm dynamics and political change. *International Organization*. 1998. Vol. 52. P. 887–917.
17. Goldberg G. The Obama Doctrine: Exclusive Report from The Atlantic's Jeffrey Goldberg. *The Atlantic*. URL: <https://www.theatlantic.com/press-releases/archive/2016/03/the-obama-doctrine-the-atlantics-exclusive-report-on-presidents-hardest-foreign-policy-decisions/473151/> (date of access: 29.02.2024).
18. Hamill M. [Reply to South African Embassy]. *Twitter*. URL: <https://twitter.com/MarkHamill/status/176228616925220884?t=hXBT-SjfacXxJ9Dr2BoleQ&amp;s=19> (date of access: 27.02.2024).
19. Hamill M. Niech Moc będzie z Wami. *Twitter*. URL: <https://twitter.com/markhamill/status/1576289958779682816?s=61&amp;t=d4j51-pcViUebt8GY8Vuxg> (date of access: 27.02.2024).
20. Horbyk R., Orlova D. Transmedia storytelling and memetic warfare: Ukraine’s wartime public diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2022.
21. Kaneva N. “Brave Like Ukraine”: A critical discourse perspective on Ukraine’s wartime brand. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2022. Vol. 19. № 3. P. 1–5.
22. Kaneva N., Dolea A., Manor I. Public diplomacy and nation branding in the wake of the Russia–Ukraine War. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2022. Vol. 19. №2. P. 185–189.
23. Kaneva N., Popescu D. “We are Romanian, not Roma”: Nation branding and postsocialist discourses of alterity. *Communication, Culture & Critique*. 2014. Vol. 7. P. 506–523.
24. Kaneva N. Nation Branding: Toward an Agenda for Critical Research. *International Journal of Communication*. 2011. Vol. 5. P. 117–141.
25. Lee G. A Theory of Soft Power and Korea’s Soft Power Strategy. *Korean Journal of Defense Analysis*. 2009. Vol. 21. № 2. P. 205–218.
26. Lee Ting S. A battle for foreign perceptions: Ukraine’s country image in the 2022 war with Russia. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2022. Vol. 19. № 3. P. 345–358.
27. Matlock J. The nowhere nation. *The New York Review*. 2000. URL: <https://www.nybooks.com/articles/2000/02/24/the-nowhere-nation/> (date of access: 14.02.2024).
28. Nadelmann E. Global prohibition regimes: The evolution of norms in international society. *International Organization*. Vol. 44. P. 479–526.
29. Nye J. Soft power after Ukraine. *Project Syndicate*. 2022. URL: <https://www.project-syndicate.org/commentary/soft-power-after-russia-war-in-ukraine-by-joseph-s-nye-2022-05> (date of access: 14.02.2024).
30. Olins W. Branding the nation: A historical context. *Brand Management*. 2000. Vol. 9. № 4-5. P. 241–248.
31. Parafianowicz Z. Polska na wojnie. Czerwone i Czarne, 2023. 264 s.
32. Roberts J. Opinion: As an American in Avdiivka, what is Congress doing? *The Kyiv Independent*. URL: <https://kyivindependent.com/opinion-from-an-american-in-avdiivka-what-is-congress-doing/> (date of access: 28.02.2024).
33. Ronfeldt D., Arquilla J. Whose story wins. *RAND Corporation*. 2020. URL: [https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/perspectives/PEA200/PEA237-1/RAND\\_PEA237-1.pdf](https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/perspectives/PEA200/PEA237-1/RAND_PEA237-1.pdf) (date of access 14.02.2024)

34. Shuster S. The Showman: Inside the invasion that shook the world and made a leader of Volodymyr Zelensky. William Morrow, 2023. 384 p.
35. Sunstein, C. Social norms and social roles. *Columbia Law Review*. 1996. Vol. 96. №4. P. 903–968.
36. Törteli D. [Indestructible Patriot]. *Twitter*. URL: <https://twitter.com/DenesTorteli/status/1658735553066434560?s=20> (date of access: 29.02.2024).
37. Van Ham P. Place branding: The state of the art. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. 2008. Vol. 616. №1. P. 126-149.
38. Varga S. The politics of nation branding: Collective identity and public sphere in the neoliberal state. *Philosophy and Social Criticism*. 2013. Vol. 38. №8. P. 825–845.
39. Vig D. The stories of Yuri, Civ Div and Justin – foreign fighters in Ukraine. *The Long Brief*. 2023. URL: <https://longbrief.com/foreign-fighters-in-ukraine-war-training-stalemate-russia-counteroffensive/> (date of access: 20.02.2024)
40. Wunderlich K. *Rogue states as norm entrepreneurs*. Springer, 2020.
41. Zelenskiy / Official. Виступив перед Конгресом США (16.03.2022). *Telegram*. URL: [https://t.me/V\\_Zelenskiy\\_official/835](https://t.me/V_Zelenskiy_official/835) (date of access: 20.02.2024).

### **Омельченко М. В. НАЦІОНАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ УКРАЇНИ В ПЕРІОД РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ**

*В епоху глобалізації сприятливий міжнародний імідж незамінний для політичного, соціально-економічного і культурного добробуту держави. Втім, у воєнний час забезпечення позитивного національного бренду є стратегічною необхідністю, оскільки зовнішня політична та військова підтримка безпосередньо залежить від здатності держави залучати союзників серед іноземних еліт та громадськості. У цій статті автор висвітлює використання державою інструментарію національного брендингу для побудови сприятливого сприйняття з-поміж ключових іноземних аудиторій під час війни.*

*Методологія дослідження полягає у застосуванні критичного дискурс-аналізу до кейс стаді комунікаційної політики України у воєнний час (2022–2024 рр.). Автор відповідає на три дослідницьких питання: Як і чому соціокультурний контекст російсько-української війни вплинув на рішення українського уряду застосувати національний брендинг у зовнішній комунікації? В якому інституційному середовищі відбувалося створення та реалізація урядових кампаній з національного брендингу? Як українські урядові кампанії з національного брендингу конструювали сприйняття нового українського бренду з-поміж західних еліт та громадськості для забезпечення життєво важливої військово-політичної підтримки?*

*Результати дослідження доводять, що російське повномасштабне вторгнення та залежність від військової та політичної підтримки західних країн мотивували український уряд залучитися до креативного національного брендингу. Інституційна архітектура зовнішніх комунікацій, що складається з ефективного державно-приватного співробітництва та персонального брендингу, створила необхідні умови для розгортання індивідуальної, емоційно-зabarвленої тактики залучення аудиторії. Нарешті, на текстуальному рівні розглядаються кілька прикладів для ілюстрації практичного застосування інструментарію національного брендингу, зокрема наративних засобів та креативної співпраці з популярним явищем масової культури.*

**Ключові слова:** наратив, медіа дискурс, дискурс аналіз, національний брендинг, російсько-українська війна, публічна дипломатія.



**Хлисту І. В.**

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

## СОЦІАЛЬНА ПРОБЛЕМАТИКА РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ У ПЕРІОД ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РОСІЇ В УКРАЇНУ (НА МАТЕРІАЛІ ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЇ «СУСПІЛЬНЕ ЧЕРКАСИ»)

*У статті окреслено роль соціальної журналістики, зміст соціально значущої проблематики, завдання суспільного мовлення. З'ясовано, що соціальна відповідальність медіа як результат розвитку правових інституцій громадянського суспільства полягає у висвітленні соціально значущої проблематики, що віддзеркалює гострі моменти життя суспільства, його суперечності і нерозв'язані питання. Відзначено, що соціально важливі проблеми особливо загострилися в період військової агресії російської федерації проти України, коли питання фізичного виживання українців, їхнього здоров'я і адаптації до нових умов вийшли на перший план. На основі аналізу медіаконтенту української регіональної суспільної телерадіокомпанії «Суспільне Черкаси» за 2023 рік простежено соціальну тематику у її зв'язку з умовами повномасштабної війни росії проти України. Виділено 468 журналістських матеріалів із соціальної проблематики 24 тематичних груп: волонтерство; медицина; освіта; матеріальна та психологічна допомога населенню; українські військові та їхні родини; Крим; внутрішньо переміщені особи; людина у війні; діти і молодь; воєнні злочини росії; безпека; стихійні лиха та їх наслідки; протидія насильству, зокрема гендерно зумовленому; етноцид корінних народів; проблеми людей з інвалідністю; українські переселенці за кордоном; рівноправ'я; Голодомор; булінг; аборти; подолання стереотипів; соціальний захист постраждалих від Чорнобильської катастрофи; сексуальні проблеми; наркоманія. З'ясовано, що в медіапросторі, окрім традиційних соціально значущих тем, з'являються нові, притаманні воєнним реаліям. Констатовано, що всі матеріали «Суспільного Черкаси» на соціально значущі теми за 2023 рік позначені особливою гостротою та актуальністю.*

**Ключові слова:** масова комунікація, соціальна журналістика, соціально важливі проблеми, соціальна проблематика, суспільне мовлення, публікація.

**Постановка проблеми.** У сучасному інформаційному суспільстві роль масових комунікацій надважлива через їхні можливості впливу на настрої та поведінку людей, їхнє сприйняття суспільно-політичних процесів. Відповідно, важливим для самого соціуму є і те, як медіа висвітлюють питання місця людини в суспільстві, її взаємодії з іншими людьми, реалізації її потреб. Тому соціальна тематика є чи не найважливішою для висвітлення у засобах масової комунікації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** До вивчення соціальної проблематики в у ЗМІ зверталися такі науковці, як Л. Климанська, О. Мединська, Т. Сащук, К. Шендеровський та ін. Зокрема, Л. Климанська [1] окреслила поняття соціальної проблеми у медіапросторі; О. Мединська [3] вивчала специфіку й тенденції висвітлення соціальної проблематики в онлайн-виданнях; Т. Сащук [5; 6] досліджувала проблеми соціальної практики в українських друкованих виданнях; К. Шендеровський [9] звертався до питання виокремлення

соціальних комунікацій/соціальної журналістики та умов інституалізації соціально значимих медіа.

Соціально важливі проблеми особливо загострилися в період військової агресії російської федерації проти України, коли питання фізичного виживання українців, їхнього здоров'я і адаптації до нових умов вийшли на перший план. Тому роль регіональних ЗМІ, які висвітлюють соціальні питання на тлі воєнних дій, заслуговують на окреме дослідження.

**Постановка завдання.** Метою статті є вивчення соціальної проблематики у регіональному медіа «Суспільне Черкаси» на тлі повномасштабного вторгнення росії в Україну.

Матеріалом для дослідження стали опубліковані матеріали в інтернет-версії вищезазначеного ЗМІ (<https://ck.suspilne.media/>) за 2023 рік.

Методи дослідження. Для досягнення мети дослідження було використано методи: вивчення наукових джерел з теми наукової розвідки; контент-аналіз – для вивчення змістово-тематич-



них особливостей журналістських матеріалів; метод класифікації досліджуваних публікацій; статистичний метод.

**Виклад основного матеріалу.** Дослідники масової комунікації відзначають, пропри першість інформаційної, суспільну роль медіа, що виявляється у формування настроїв, позицій, ціннісних установок. Так постає проблема соціальної відповідальності масмедіа. К. Шендеровський називає соціально відповідальну журналістику «найдорожчим демократичним надбанням ХХ століття», яке з'явилося в результаті розвитку правових інституцій і громадянського суспільства. Соціально відповідальний журналіст несе відповідальність перед суспільством, відстоює його інтереси [9, с. 124–125]. Передусім це виявляється у висвітленні масовими комунікаціями соціально значущої проблематики, що віддзеркалює гострі моменти життя суспільства, його суперечності і нерозв'язані питання.

О. Лаврик виокремлює такі основні групи тем соціальної журналістики: досвід роботи «третього сектора» (форми самоорганізації громадян для вирішення своїх проблем); проблеми незахищених верств населення; проблеми молоді; екологічна й природоохоронна діяльність; пропаганда здорового способу життя; теми морального виховання й екології особистості; соціально-трудова відносина й економічна політика [2, с. 11–12].

О. Мединська і М. Мединський виділяють дещо вужчу палітру соціальних проблем ЗМІ: внутрішньо переміщених осіб; сирітства; ВІЛ-інфікованих; людей з інвалідністю; малозабезпечених сімей; безпритульності; чорнобильців; суїциду [3].

Загалом же самі медійники зазначають, що соціальна журналістика не лише займається традиційними проблемами, до яких належать охорона здоров'я, освіта, соціальне забезпечення, екологія, наука, релігія; це різновид журналістики, «що спрямовує та ініціює людей до більш активних дій». Тобто вона торкається всіх тем, де враховуються інтереси людей [4].

Ці завдання покликані виконувати передусім суспільні ЗМІ, про які в «Рекомендації СМ/Рес(2012)1 Комітету міністрів країнам – членам Ради Європи щодо управління суспільними засобами масової інформації» зазначено, що вони «є найважливішим інструментом свободи вираження поглядів у публічній сфері, що дозволяє людям реалізувати своє право на пошук і отримання інформації <...> відіграють особливу роль з точки зору реалізації цього права та надання різноманітного та високоякісного контенту, сприяючи

зміцненню демократії та соціальної згуртованості, а також розвитку міжкультурного діалогу та взаєморозумінню» [7, с. 5].

Саме тому об'єктом наукового аналізу нашого дослідження було обрано «Суспільне Черкаси» (далі – СЧ) – українську регіональну суспільну телерадіокомпанію – з огляду на те, що призначенням суспільного мовлення є формування у споживачів інформації громадянської культури, демократичних цінностей, залучення громадян до обговорення найважливіших проблем суспільства для подальшого їх вирішення. Медіа «Суспільне Черкаси» є філією Національної суспільної телерадіокомпанії України, до якої входять однойменний телеканал, радіоканал «Українське радіо Черкаси» та діджитал-платформи, які мовлять на території Черкаської області.

Олеся Островська-Люта, генеральна директорка «Мистецького Арсеналу» під час конференції «Суспільне Мовлення: реформа під час війни» окреслила роль цього медіа так: «Суспільне – це інституція, яка розвертає свою діяльність в бік людини й суспільства. Долає наше давнє прокляття – відчуження публічних інституцій та інститутів від людини. Воно робить можливим загоєння прірви між суспільством і його публічною сферою» (Суспільне мовлення: реформа під час війни, 2023). Олексій Харченко, член наглядової ради Суспільного, охарактеризував його як таке, що «забезпечує досі функцію суспільного діалогу, формування й відстоювання демократичних традицій» [8].

Проаналізувавши контент СЧ за 2023 рік, ми виявили, що за цей період було опубліковано 468 журналістських матеріалів із соціальної проблематики. Ми умовно поділили їх на 24 тематичних групи.

Кількісно найбільшою є група матеріалів на тему **волонтерства** (73 публікації; 15,6%), що є природним на тлі війни в Україні і засвідчує високий рівень громадянського суспільства. Публікації на цю тему висвітлюють інформацію про допомогу переважно Збройним силам, яку надають і колективи, громадські організації, і окремі люди, напр.: «Зігріти захисників: у Черкасах волонтерам не вистачає рук та матеріалів» (<https://suspilne.media/622579-zigriti-zahisnikiv-u-cerkasah-volonteram-ne-vistacae-ruk-ta-materialiv/>); «Долучилися до збору на ППО: на ярмарку в черкаській школі зібрали 60 тисяч гривень» (<https://suspilne.media/592327-dolucilisa-do-zboru-na-ppo-na-armarku-u-cerkaskij-skoli-zibrali-60-tisac-griven/>); «"Уявіть, що хворіють ваші рідні": у Черкасах волонтери збирають ліки для воїнів»

(<https://suspilne.media/626265-uavit-so-hvoriut-vasi-ridni-u-cerkasah-volonteri-zbiraut-liki-dla-voiniv/>); «У Черкасах з 2017 року працює волонтерський пункт “Перемога”, там плетуть сітки, в’яжуть килимки, шкарпетки та роблять окопні свічки» (<https://suspilne.media/574815-pletut-sitki-ta-roblat-okopni-svicki-u-cerkasah-pracue-volonterskij-punkt-peremoga/>); «Як родина військового і фітнес-тренерки допомагає ЗСУ» (<https://www.youtube.com/watch?v=SAH7KF348CA>); «Кіберфутболки, кофти і штани: черкашанка шиє одяг для поранених захисників» (<https://suspilne.media/605333-kiberfutbolki-kofti-i-stani-cerkasanka-sie-odag-dla-poranenih-zahisnikiv/>).

Також тут бачимо й публікації про волонтерську допомогу цивільним, які їй потребують: «Отримали 32 пакети продуктових наборів: черкаські волонтери роздадуть гуманітарну допомогу» (<https://suspilne.media/594437-otrimali-32-paleti-produktovih-naboriv-cerkaski-volonteri-rozdadut-gumanitarnu-dopomogu/>).

Такі матеріали не лише інформують, а й консолідують суспільство у бажанні прискорити перемогу своєї країни через допомогу армії, простягнути руку допомоги іншим людям, надихнути на волонтерську діяльність тих, хто ще цього не зробив.

Тема **медицини** висвітлена у 68 публікаціях (14,5%). Увага до цього питання є високою, оскільки здоров’я є однією з базових потреб людини. Матеріали СЧ на медичну проблематику поділяються на кілька груп:

– інформування населення про діяльність медичних установ: «Чекали 3 місяці: до Черкас привезли кістковий мозок з Німеччини для пересадки» (<https://suspilne.media/576763-cekali-3-misaci-do-cerkas-privezli-kistkovij-mozok-z-nimeccini-dla-peresadki/>); «Аби краще лікувати військових: медики з Черкас переймали досвід у Німеччині» (<https://suspilne.media/586455-abi-krase-likuvati-vijskovih-mediki-z-cerkas-perejmali-dosvid-u-nimeccini/>); «Лікуємо ефективно, якщо звернулися вчасно: на Черкащині виявляють найбільше випадків раку грудей» (<https://suspilne.media/598315-likujemo-efektivno-akso-zvernulisavcasno-na-cerkasini-viavlaut-najbilse-vipadkiv-rakugrudej/>); «Має значення стабільність: медики показали, як виношують передчасно народжених малюків» (<https://suspilne.media/619151-mae-znacenna-stabilnist-mediki-pokazali-ak-vinosuutperedcasno-narozhenih-malukiv/>);

– висвітлення проблем у сфері охорони здоров’я: «Кадровий дефіцит медкадрів на Чер-

кащині: яких фахівців не вистачає та що пропонують роботодавці?» ([https://soundcloud.com/ur\\_local/kadrovij-deftsit-medichnikh-kadrv-nacherkashchin-yakikh-fakhvtsv-ne-vistacha-ta-shcho-proponuyut-robotodavts?in=ur\\_local/sets/ur\\_ch](https://soundcloud.com/ur_local/kadrovij-deftsit-medichnikh-kadrv-nacherkashchin-yakikh-fakhvtsv-ne-vistacha-ta-shcho-proponuyut-robotodavts?in=ur_local/sets/ur_ch)); «Чому потрібно легалізувати медичний канабіс: історія пацієнта з Черкас» (<https://suspilne.media/541455-comu-potribno-legalizuvati-medicnijkanabis-istoria-pacienta-z-cerkas/>);

– рекомендації громадянам щодо профілактики захворювань чи травмувань: «Які щеплення радять робити діабетикам – пояснення черкаського медика» (<https://suspilne.media/622633-aki-seplenna-radat-robiti-diabetikam-poasnenna-cerkaskogo-medika/>); «За такої погоди краще залишитись вдома: у Черкасах побільшало звернень у травматологію» (<https://suspilne.media/628052-za-takoi-pogodi-krase-zalitisivdoma-u-cerkasah-pobilisalo-zvernennu-travmatologiu/>).

Тема **освіти** є однією з найважливіших у будь-якому суспільстві, бо від цієї сфери залежить розвиток і стабільність існування всієї держави. Для України питання освіти є особливо болючими через нагромадження проблем попередніх років, пов’язаних із дистанційним навчанням через пандемію COVID-19, а з 2022 року – через повномасштабне вторгнення росії. Темі освіти у СЧ присвячено 64 матеріали (13,7%).

У цій групі переважають публікації, що оприлюднюють проблеми освітньої галузі та їх розв’язання: «Пандемія, дистанційка, війна: на Черкащині вчителі відчують вигорання» (<https://suspilne.media/420339-pandemia-distancijka-vijnana-cerkasini-vciteli-vidcuvaut-vigoranna/>); «Другий рік на дистанційці: школярі ліцею на Черкащині, в якій влучив снаряд, чекають на укриття» (<https://suspilne.media/585751-drugij-rik-na-distancijci-skolari-liceu-na-cerkasini-v-akij-vluciv-snarad-sekaut-na-ukritta/>); «“Новий відлік” на Суспільному: Як вижити вищій освіті під час війни?» (<https://ck.suspilne.media/articles/22020>); «Навчання на канікулах: у черкаській школі діти надолужують освітні втрати» (<https://suspilne.media/547295-navcanna-na-kanikulah-u-cerkaskij-skoli-ditipadoluzuut-osvitni-vtrati/>); «Ходили п’ять кілометрів пішки: до шкіл на Черкащині відновили автобусний маршрут» (<https://suspilne.media/570055-hodili-pat-kilometriv-piski-do-skil-na-cerkasini-vidnovili-avtobusnij-marsrut/>); «Як вплинула тривала дистанційка: розповіли про результати перевірки знань в школах» (<https://suspilne.media/571591-akvplinula-trivala-distancijka-rozpovili-pro-rezultati-akosti-osviti-v-skolah/>).

Також до цієї тематичної групи належать матеріали інформативного або рекомендаційного характеру: «Тільки мотиваційний лист: куди можна вступити без НМТ» (<https://suspilne.media/549133-tilki-motivacijnij-list-kudi-mozna-vstupiti-bez-nmt/>); «У Черкасах ветеранів війни запрошують пройти базовий курс програмування» (<https://suspilne.media/570621-u-cerkasah-veteraniv-vijni-zaprosuut-projti-bazovij-kurs-programuvanna/>).

Велику частку мають публікації на тему **матеріальної та психологічної допомоги населенню, підтримки у важких ситуаціях – 50 (10,7%)**, що зумовлено умовами війни: «Забезпечуватиме життя двох громад: у лікарні на Черкащині встановили генератор» (<https://suspilne.media/612311-zabezpecuvatime-zitta-dvoh-gromad-u-likarni-na-cerkasini-vstanovili-generator/>); «38 черкасців отримали компенсацію за вибиті внаслідок ракетного удару вікна» (<https://suspilne.media/606473-38-cerkasciv-otrimali-kompensaciju-za-vibiti-vnaslidok-raketnogo-udaru-vikna/>); «Підтримка після поранення: у громаді на Черкащині реабілітують людей, які отримали травми під час війни» (<https://suspilne.media/598761-pidtrimka-pisla-poranenna-u-gromadi-na-cerkasini-reabilituut-ludej-aki-otrimali-travmi-pid-cas-vijni/>); «Британський професор допомагає українцям позбутися травм війни» (<https://www.youtube.com/watch?v=b8ZLZec4qvE>); «Збирають бібліотеку: черкаський терцентр просить приносити книги» (<https://suspilne.media/566551-zbiraut-biblioteku-cerkaskij-tercentr-prosit-prinositi-knigi/>).

Тема **українських військових та їхніх родин** висвітлена у **34** матеріалах (**7,3%**). Серед них представлено життєві історії бійців: «Віддала дітей бабусі, а до рук взяла зброю: історія сержантки на позивний "Клумба"» (<https://suspilne.media/619249-viddala-ditej-babusi-a-do-ruk-vzala-zbrou-istoria-serzantki-na-pozivnij-klumba/>); зокрема, розповіді про воїнів, що отримали важкі поранення або пройшли полон: «"Таким мене зробила війна": фільм Суспільного про повернення до життя після жахів війни» (<https://ck.suspilne.media/articles/24994>); «"Війна стосується усіх": черкаський ветеран, який втратив на фронті ногу» (<https://suspilne.media/591669-vijna-stosuetsa-usih-cerkaskij-veteran-akij-vtrativ-na-fronti-nogu/>); «Олексій Ануля про російський полон – інтерв'ю Суспільному» (<https://ck.suspilne.media/articles/26526>); «"Я одружений на війні": черкащанин після поранення готується на фронт і навчає молодь» ([\[gotuetsa-na-front-i-navcae-molod/\]\(https://suspilne.media/535787-a-odruzenij-na-vijni-cerkasanin-pisla-poranenna-gotuetsa-na-front-i-navcae-molod/\)\); трагедії сімей, чий рідні загинули в боях: «За два дні до загибелі написав сину "Пишаюся тобою": у Черкасах попрощалися з захисником» \(<https://suspilne.media/605583-za-dva-dni-do-zagibeli-napisav-sinu-pisajusa-tobou-u-cerkasah-poprosalisa-z-zahisnikom/>\); повідомлення про медичну і психологічну реабілітацію військових та членів їх сімей: «Для відновлення військових: на Черкащині відкриють реабілітаційне відділення» \(<https://suspilne.media/588361-dla-vidnovlenna-vijskovih-na-cerkasini-vidkriut-reabilitacijne-viddilenna/>\); «У Черкасах почав працювати центр безоплатної психологічної допомоги військовим» \(<https://suspilne.media/570209-u-cerkasah-pocav-pracuvati-centr-bezoplatnoi-psihologicnoi-dopomogi-vijskovim/>\); «Проект "Коло захисту" у Черкасах: як адаптувати воїнів до цивільного життя та спілкуватися з ними?» \(<http://surl.li/pwhlq>\); «Відпочинок моральний і фізичний: на Черкащині для родин військових облаштували табір» \(<https://suspilne.media/621377-vidpocinok-moralnij-i-fizicnij-na-cerkasini-dla-rodin-vijskovih-oblastuvati-tabir/>\). Журналістські матеріали такого ґатунку особливо важливі, оскільки спрямовані на підтримку суспільством військових і на мотивацію щодо готовності захищати країну у лавах збройних сил.](https://suspilne.media/535787-a-odruzenij-na-vijni-cerkasanin-pisla-poranenna-</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

Значна частина матеріалів (**30; 6,4%**) присвячена темі **Криму**. Більшість публікацій оприлюднені в рамках спеціального проекту Суспільного **«Кримське питання»** – про політичні ув'язнення та переслідування кримців, незаконну мобілізацію жителів півострова в російську армію, посилення терору населення силовими структурами тощо: «"Кримське питання" на Суспільне Черкаси: обшуки й арешти в Криму» (<https://ck.suspilne.media/articles/26192>); «Кримське питання» на Суспільному: українські журналісти-коллаборанти» (<https://ck.suspilne.media/articles/25877>); «"Кримське питання" на Суспільному: стан здоров'я політв'язнів у російських тюрмах» (<https://ck.suspilne.media/articles/25232>); «"Кримське питання" на Суспільному: як протистояти російській пропаганді в освіті» (<https://ck.suspilne.media/articles/25108>); «Кримське питання» на Суспільному: деокупація і реінтеграція Криму» (<https://ck.suspilne.media/articles/24927>); «Вступ кримців до українських вишів та окупаційні повістки на півострові – "Кримське питання"» (<https://ck.suspilne.media/articles/24094>); «"Кримське питання" на Суспільному: незаконні затримання в Криму та кадровий резерв для звільнених територій» ([249](https://ck.suspilne.</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

media/articles/23379); «*“Кримське питання” на Суспільному: вплив війни та окупації на дітей*» (<https://ck.suspilne.media/articles/22354>). Як бачимо з тематики випусків проєкту, він торкається практично всіх соціальних проблем, що виникли на окупованому півострові, і виявлення їх є першим кроком на шляху до їхнього розв’язання.

До особливо болючих належить тема **внутрішньо переміщених осіб**, які змушені були залишити окуповані або прифронтові території. Таких матеріалів зафіксовано **27 (5,8%)**; вони різнопланового характеру – у них ідеться переважно про допомогу переселенцям: «*Знайти альтернативу, щоб економити: на Черкащині переселенцям роздають буржуйки*» (<https://suspilne.media/647532-znajsli-alternativu-sob-ekonomiti-na-cerkasini-pereselencam-rozdaut-burzujki/>); «*Отримують лікування й турботу: на Черкащині психоневрологічний інтернат прихистив 40 переселенців*» (<https://suspilne.media/637380-otrimuut-likuvanna-j-turbotu-na-cerkasini-psihonevrologicnij-internat-prihistiv-40-pereselenciv/>); «*У Черкасах переселенцям видали гуманітарну допомогу, щоб підготувати на випадок блекауту*» (<https://suspilne.media/610701-u-cerkasah-pereselencam-vidali-gumanitarnu-dopomogu-sob-pidgotuvati-na-vipadok-blekautu/>); «*Почуватися впевнено за кермом: у Черкасах провели безоплатні заняття з водіння для переселенок*» (<https://suspilne.media/648338-pocuvatisa-vpevneno-za-kermom-u-cerkasah-proveli-bezoplatni-zanatta-z-vodinna-dla-pereselenok/>).

Проте є і мотивуючі історії про те, як люди знаходять можливість реалізуватися в нових умовах: «*“Мене врятували іграшки”: переселенка в черкаському парку в’яже просто неба*» (<https://suspilne.media/602789-mene-vratuvali-igraski-pereselenka-v-cerkaskomu-parku-vaze-prostoneba/>); «*Вивіз вулики та ракетки для бадмінтону: тренер з Донеччини переїхав на Черкащину*» (<https://suspilne.media/334530-viviz-vuliki-ta-raketki-dla-badmintonu-trener-z-doneccini-pereihav-na-cerkasinu/>).

**27 матеріалів (5,8%)** присвячені темі **людини у війні** – про українців, життя яких змінила війна, але які вистояли: «*Проект Українського Радіо «Не зламані війною» вийшов на подкаст-платформах*» (<https://ck.suspilne.media/articles/26540>); «*Різдявний проєкт «Колядки з бомбосховищ»: Суспільне Черкаси*» (<https://ck.suspilne.media/articles/26504>); «*Об’єднані бажанням перемогти: тематичний цикл програм Українського Радіо Черкас*» (<https://ck.suspilne.media/articles/26073>); «*Сильні, як земля*» – дивіться на Суспільне Черкаси»

(<https://ck.suspilne.media/articles/20209>); «*Історії з громад у “Суспільне. Спротив” – “Бо важливо”*» (<https://ck.suspilne.media/articles/21037>); «*Фільм “Зруйновані мости” покажуть на телеканалі Суспільне Черкаси*» (<https://ck.suspilne.media/articles/21532>); «*Славутич – це Україна*» – цієї неділі на телеканалі Суспільне Черкаси» (<https://ck.suspilne.media/articles/21824>).

Тема **дітей і молоді** висвітлюється у **24** публікаціях (**5%**), у яких порушують питання медичної і психологічної допомоги дітям і підліткам під час війни: «*Реабілітація дітей з інвалідністю на Черкащині у воєнний час: які види доступні та де її надають?*» ([https://soundcloud.com/ur\\_local/reablatsya-dtey-z-nvaldnstyu-nacherkashchin-u-vonnij-chas-yak-vidi-dostupn-ta-de-ii-nadayut-u-regon?in=ur\\_local%2Fsets%2Furch&fbclid=IwAR1R2j\\_23W1vKXrXwgiiHCoZTKTCD1Iq7idm7mCZLG4rkZ4JPMVzO7ynd30](https://soundcloud.com/ur_local/reablatsya-dtey-z-nvaldnstyu-nacherkashchin-u-vonnij-chas-yak-vidi-dostupn-ta-de-ii-nadayut-u-regon?in=ur_local%2Fsets%2Furch&fbclid=IwAR1R2j_23W1vKXrXwgiiHCoZTKTCD1Iq7idm7mCZLG4rkZ4JPMVzO7ynd30)); «*Проблеми, що турбують молодь: на Черкащині стартував проєкт Дитячого фонду ООН*» (<https://suspilne.media/598657-problemiso-turbuut-molod-na-cerkasini-startuvav-proektditacogo-fondu-oon/>); «*Чому підлітки хочуть вкоротити собі віку?*» (<https://www.youtube.com/watch?v=pmQVivFmm9k>); «*“Вони мають право бути щасливими”: у Черкасах діти-переселенці отримали новорічні костюми*» (<https://suspilne.media/638302-voni-maut-pravo-buti-saslivimi-u-cerkasah-diti-pereselenci-otrimali-novorichni-kostumi/>); «*“Діти потребують спілкування”: у Черкасах відкрили цифровий освітній центр*» (<https://suspilne.media/637024-diti-potrebuut-spilkuвання-u-cerkasah-vidkrili-cifrovij-osvitnij-centr/>); «*У Черкасах реалізують проєкт “Майбутнє починається сьогодні”: як він допоможе підліткам?*» ([https://soundcloud.com/ur\\_local/ucherkasakh-realzuyut-prokt-maybutn-pochinatsya-sogodn-yak-vn-dopozhe-pdltkam?in=ur\\_local/sets/ur\\_ch](https://soundcloud.com/ur_local/ucherkasakh-realzuyut-prokt-maybutn-pochinatsya-sogodn-yak-vn-dopozhe-pdltkam?in=ur_local/sets/ur_ch)); «*Ігрові зони та кольорові стіни: у Черкасах відкрили укриття для дошкільнят та учнів*» (<https://suspilne.media/596065-igrovizoni-ta-kolorovi-stini-u-cerkasah-vidkrili-ukritta-dla-doskilnat-ta-ucniv/>); «*“Вони хочуть миру”: діти з усього світу підтримують ровесників з України*» (<https://suspilne.media/526953-voni-hocut-miru-ditiz-usogo-svitu-pidtrimuut-rovesnikiv-z-ukraini/>).

На тему **воєнних злочинів росії** засвідчено **22** матеріали (**4,7%**), в яких ідеться переважно про обстріли і вбивства мирного населення, депортацію дітей та ін.: «*Перші машини розстріляли росіяни: переселенка розповіла про три спроби втекти з окупації до Черкас*» (<https://suspilne.media/463202-persi-masini>

rozstrilali-rosiani-pereselenka-rozpovila-protri-sprobi-vtekti-z-okupacii-do-cerkas/); «*Діти, які вже ніколи*». Прем'єра фільму-розслідування *The Kyiv Independent* на Суспільне Черкаси» (<https://ck.suspilne.media/articles/24402>); «*Розслідування The Kyiv Independent «Діти для Путіна» покаже Суспільне Черкаси»* (<https://ck.suspilne.media/articles/23055>); «*В Умані на Черкащині під час масованого обстрілу влучили у багатоповерхівку. Що відомо»* (<https://suspilne.media/459183-v-umani-na-cerkasini-pid-cas-masovanogo-obstrilu-vlucili-u-bagatopoverhivku-so-vidomo/>); «*Вирва в подвір'ї лікарні: показали наслідки влучання російської ракети на Черкащині»* (<https://suspilne.media/551289-virva-v-podvirilikarni-pokazali-naslidki-vlucanna-rosijskoi-raketi-na-cerkasini/>); «*Без водопостачання п'ять районів внаслідок влучання російської ракети»* (<https://www.youtube.com/watch?v=p18zitivLIIc>); «*Проблеми з водопостачанням після підриву Каховської ГЕС: токшоу «Голос громад» на Суспільне Черкаси»* (<https://ck.suspilne.media/articles/26307>).

На тему **безпеки** опубліковано **14** матеріалів (**3%**), метою яких є інформування про безпекові заходи у воєнний час та проведення навчань для різних груп населення на ці теми: «*Категорично не можна чіпати: у Черкасах дітям провели урок мінної безпеки»* (<https://suspilne.media/438246-kategoricno-ne-mozna-cipati-ditam-proveli-urok-minnoi-bezpeki/>); «*Вчать поводитися зі зброєю: у Черкасах тривають вишколи для цивільних»* (<https://suspilne.media/535467-vcat-povoditisa-zizbroeu-u-cerkasah-trivaut-viskoli-dla-civilnih/>); «*"Наразі це актуальні теми": черкаські рятувальники навчають людей із інвалідністю»* (<https://suspilne.media/565409-narazi-ce-aktualni-temi-cerkaski-ratuvalniki-navcaut-ludej-iz-invalidnistu/>).

Тема **стихійних лих та їхніх наслідків** також зафіксована (таких матеріалів **14**, що становить **3%**), оскільки такі події, зокрема паводки, відбувалися у 2023 році: «*Очікують погіршення ситуації: ДСНС відслідковують стан підтоплення»* (<https://www.youtube.com/watch?v=0kAAYELQZm4>);

«*Багнюка замість городів та згнилі запаси в погребі: на Черкащині рахують збитки від повені»* (<https://suspilne.media/485767-bagnuka-zamist-gorodiv-ta-zgnili-zapasi-v-pogrebi-na-cerkasini-rahaut-zbitki-vid-poveni/>).

Матеріали іншої проблематики зафіксовані у незначних кількостях: **протидія насильству, зокрема гендерно зумовленому; етноцид корінних народів – по 4; проблеми людей з інвалідністю – 3; українські переселенці за кордоном; рівноправ'я – по 2;** теми **Голодомору; булінгу; абортів; подолання стереотипів; соціального захисту постраждалих від Чорнобильської катастрофи; сексуальних проблем; наркоманії – по 1**, що разом становить приблизно **4,5%**.

**Висновки.** У результаті наукового аналізу контенту соціальної тематики української регіональної суспільної телерадіокомпанії «Суспільне Черкаси» за 2023 рік було з'ясовано, що в умовах військових дій, що відбувається на території України, окрім традиційних соціально значущих тем, з'являються нові, притаманні саме реаліям війни. Такими є теми **українських військових та їхніх родин; волонтерства; внутрішньо переміщених осіб та українських переселенців за кордоном; людини у війні; допомоги населенню, підтримки у важких ситуаціях; воєнних злочинів росії**, частка яких становить понад 50% від усіх тем соціального спрямування. Але варто зазначити, що всі інші теми (**медицини; освіти; дітей і молоді; безпеки**) також позначені впливом воєнних умов, у яких перебуває українське населення. Вартує уваги і значна частка матеріалів на тему окупованого **Криму**, адже всі проблеми, що висвітлювалися, тісно пов'язані з повномасштабною війною і в цей період тільки поглибилися. Тому можемо констатувати, що всі матеріали «Суспільного Черкаси» на соціально значущі теми за 2023 рік позначені особливою гостротою та актуальністю. Перспективи подальших досліджень убачаємо у вивченні динаміки змін соціальної проблематики у післявоєнний період.

#### Список літератури:

1. Климаська Л. Д. Медіа-імідж соціальної проблеми. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. Київ, 2009. Вип. 15. С. 273–279.
2. Лаврик О. В. Соціальна проблематика газетних виступів: навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика». Харків. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. 72 с.
3. Мединська О., Мединський М. Соціальні проблеми в онлайн-виданнях «Українська правда» та «20 хвилин». *Образ*. Випуск 1 (30). 2019. С. 25–34.
4. Погорецький В. Валентина Ковальчук. Соціальна журналістика: перспективи розвитку в Україні. 14.06.2015. URL: <https://zolotapektoral.te.ua/valentyana-kovalchuk-sotsialna-zhurnalistyka-perspektyvy-rozvytku-v-ukrajini/>.

5. Сашук Т. Актуальні проблеми соціальної практики у загальнонаціональних друкованих виданнях: класифікаційний аспект. *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи*. 2014. № 5–6 (5). С. 26–31.

6. Сашук Т. Аспекти реалізації актуальної соціальної проблематики в аналітичних публікаціях всеукраїнських суспільно-політичних видань “День” та “Дзеркало тижня”. *Держава та регіони*. Серія: Соціальні комунікації, 2014 р., № 1–2 (38). С. 130–134.

7. Суспільне Мовлення. Збірник документів Ради Європи. 2017. URL: <https://rm.coe.int/native/1680706eb2>.

8. «Суспільне Мовлення: реформа під час війни» – цінності і виклики. Вересень 08, 2023. URL: <https://corp.suspilne.media/newsdetails/8702>.

9. Шендеровський К.С. Передумови інституалізації соціально значимих медіа. *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского*. Серия «Филология. Социальные коммуникации». Том 24 (63). 2011 г. №4. Часть 1. С.121–134.

**Khlystun I. V. SOCIAL PROBLEMS OF THE REGIONAL MASS MEDIA DURING THE FULL-SCALE INVASION OF RUSSIA IN UKRAINE (BASED ON THE MATERIAL OF THE SOCIAL CHERKASY TV AND RADIO COMPANY)**

*The article defines the role of social journalism, the content of socially significant issues, the task of public broadcasting. It was found that the social responsibility of the media as a result of the development of legal institutions of civil society consists in highlighting socially significant issues that reflect the acute moments of society's life, its contradictions and unresolved issues. It was noted that socially important problems became especially acute during the period of military aggression of the Russian Federation against Ukraine, when the issues of physical survival of Ukrainians, their health and adaptation to new conditions came to the fore. On the basis of the analysis of the media content of the Ukrainian regional public television and radio company “Suspilne Cherkasy” for the year 2023, the social theme was traced in its connection with the conditions of the full-scale war of Russia against Ukraine. 468 journalistic materials on social issues of 24 thematic groups were selected: volunteering; medicine; education; material and psychological assistance to the population; Ukrainian military personnel and their families; Crimea; internally displaced persons; a man at war; children and youth; Russia's war crimes; security; natural disasters and their consequences; combating violence, particularly gender-based violence; ethnocide of indigenous peoples; problems of people with disabilities; Ukrainian immigrants abroad; equality; Holodomor; bullying; abortions; overcoming stereotypes; social protection of victims of the Chernobyl disaster; sexual problems; addiction. It was found that in the media space, in addition to traditional socially significant topics, there are new ones inherent in the realities of war. It was established that all the materials of “Suspilne Cherkasy” on socially significant topics for the year 2023 are marked by special acuteness and relevance.*

**Key words:** mass communication, social journalism, socially important problems, social problems, public broadcasting, publication.

УДК 007:304 [659+658.8;808.2+004.55+004.8]  
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/40>

**Цанок О. М.**

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

**Коваль С. В.**

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

## ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У СУЧАСНОМУ КОПРАЙТИНГУ

*Стаття присвячена актуальним цифровим інструментам створення копірайтерських публікацій. Вона містить детальний зіставний аналіз та опис застосунків, що полегшують і покращують роботу копірайтера над статтею на різних етапах її продукування, зокрема, під час розроблення обраної теми й вибору та опрацювання джерел інформації, сортування та упорядкування відомостей, у процесі написання тексту, його структурування та редагування.*

*У роботі констатовано, що нині джерельна база з копірайтингу містить здебільшого теоретичні напрацювання щодо його змістового наповнення, функціонування певних різновидів та напрямів. Щодо технічних можливостей здійснення цього процесу, наявні переважно публікації практиків у форматі порад стосовно вибору тих чи тих цифрових інструментів. Натомість відсутній комплексний аналіз таких застосунків на кожному етапі роботи копірайтера з текстом, що й зумовило актуальність нашого дослідження.*

*Вибір застосунків для аналізу здійснено з урахуванням їх можливостей та зручності використання. Також важливим критерієм їх вибору слугували відгуки копірайтерів-практиків, які активно використовують ті чи ті цифрові інструменти у своїй діяльності.*

*Посутню увагу в статті приділено можливостям кожного застосунку, його ефективності й доступності для користувачів. Акцентовано на унікальних пропозиціях, які надають сервіси в аспекті роботи із контентом, як-от: можливість зберігати різну інформацію щодо однієї теми й залучати її до копірайтерського тексту, здатність структурувати текст, робити його рерайтинг, адаптувати до різних платформ, редагувати, виправляти правописні помилки, перевіряти на антиплагіат.*

*У роботі детально розкрито трендові інструменти сучасних копірайтерів, що функціонують на базі мовних моделей генеративного штучного інтелекту (AI). З'ясовано, що останнім часом їх активно використовують у своїй практиці й копірайтери, і маркетологи. Зазначено, що попри усі можливості таких сервісів із генерування контенту та його оброблення, вони не можуть повністю замінити автора, зокрема це стосується продукування не просто творчих, а креативних ідей та вибору оригінальних підходів інформації у копірайтерському тексті.*

*Цифрові інструменти в публікації згруповано та описано відповідно до того, які завдання копірайтерського тексту вони дозволяють реалізувати, а також відповідно до конкретного етапу роботи над ним. До кожного етапу роботи з текстами дібрано кілька найбільш поширених та використовуваних цифрових інструментів, розкрито їх потенціал для копірайтингу.*

**Ключові слова:** AI, антиплагіат, генеративний штучний інтелект, застосунок, контент, копірайтинг, ментальна карта, мовна модель, редагування, цифрові інструменти.

**Постановка проблеми.** Сучасний копірайтинг становить важливий стратегічний механізм маркетингу й соціальних комунікацій, спрямований на привернення уваги цільової аудиторії до певного об'єкта (особи, бренду, торгової марки, установи та організації тощо) й формування його позитивного сприйняття з боку аудиторії. Він є ефективним засобом її переконування у процесі просування такого об'єкта, підвищення його цінності для неї.

У середовищі мінливого бізнесу копірайтинг дає змогу фірмам, установам, організаціям, брендам і торговим маркам швидко адаптуватися до його змін, адекватно реагувати на нові вимоги й тренди.

Щоб успішно виконувати описані вище функції копірайтингу, матеріали в цій галузі мають бути якісними та впливовими. Для цього автори застосовують різні техніки й прийоми створення цікавого та привабливого для аудиторії контенту,

наводять переконливі аргументи, продукують емоційно насичені повідомлення. Цифровізація внесла свої присутні корективи у цей процес. З розвитком мережі Інтернет з'явилося чимало застосунків і програм, які полегшують діяльність копірайтерів та можуть бути ними ефективно використані. Залучення таких інструментів у своїй діяльності дає змогу копірайтерам бути конкурентоспроможними, охопити якомога більшу аудиторію, розширити коло клієнтів та замовників. Зважаючи на це, особливої значущості набуває зіставний аналіз цифрового інструментарію сучасного копірайтера, що й зумовлює необхідність пропонуваного дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У процесі ретельного ознайомлення із науковими та практично спрямованими публікаціями про копірайтинг ми виявили, що переважно вони охоплюють різні його аспекти. Так, окремі роботи присвячені власне дефініціям поняття «копірайтинг» [17], розкриттю копірайтингу як текстотвірної галузі [5] та як інтегративного утворення на базі журналістики й реклами [9]. Частина досліджень містить аналіз ролі копірайтингу в маркетингу [16], характеристику соціальних аспектів діяльності копірайтера [14]. Водночас практично неохопленим у науковому плані залишається технічне підґрунтя копірайтингу, оснащене потужним арсеналом сучасних цифрових інструментів. Винятком є поодинокі публікації, що у яких схарактеризовано окремі ресурси, корисні для копірайтерів [6]. Певною мірою цю прогалину заповнюють статті копірайтерів-практиків, у яких вони радять певні застосунки, які самі успішно апробували [4; 7; 8; 10; 12]. Однак узагальнений і систематизований аналіз цифрових інструментів, ефективних у роботі копірайтерів, у науковому інформаційному просторі відсутній, що й визначає актуальність нашого дослідження.

**Постановка завдання.** Мета пропонованої публікації – різнобічно проаналізувати сучасні цифрові застосунки й інструменти, які допомагають копірайтерам на різних етапах роботи з контентом. Використання таких технічних помічників полегшує їхню працю протягом усього процесу продукування тексту й підвищує її ефективність, тож важливо розкрити можливості й деталізувати різні аспекти використання кожного цифрового інструмента залежно від поставленого копірайтером ситуативного завдання й виконуваного етапу роботи над текстом статті.

Відповідно до зазначеної мети ми сформулювали такі завдання: 1) розкрити вимоги до сучас-

ного копірайтерського тексту; 2) з'ясувати етапи роботи над ним; 3) здійснити аналітичний огляд застосунків і цифрових засобів, доцільних та ефективних на кожному етапі створення такого тексту.

**Виклад основного матеріалу.** Сучасний копірайтерський текст становить особливий інформаційний продукт, спрямований на рекламування/просування певного об'єкта. Здебільшого цей текст призначений для поширення в мережі Інтернет, відповідно він нерозривно пов'язаний з певними алгоритмами пошукових систем, що допомагають аудиторії виявити цей текст та спонукають із ним ознайомитися. Залучення новітніх технологій для продукування й поширення тексту уможливує використання різних сучасних цифрових інструментів під час створення копірайтерських статей.

Вибір та застосування цих інструментів у процесі написання копірайтерських публікацій зумовлений насамперед їхніми характерними особливостями. Головною з них можна назвати винятковість, причому і змістову, коли певний контент подають унікально, і мовностилістичну, коли для оформлення цих матеріалів використовують оригінальні мовні конструкції, що не дублюють інші тексти й водночас є простими та зрозумілими для читачів. У змістовому аспекті ексклюзивність копірайтерських статей виявляється в тому, що вони є авторськими й ґрунтуються на всебічному аналізі теми, визначеної замовниками публікацій. Зазвичай ці статті містять факти та інші дані, які раніше ніким не були опубліковані, або ж подають відомі факти в новому, оригінальному контексті.

Крім того, зазначені публікації чинять комунікативний вплив на визначену аудиторію і мають чітку цільову спрямованість, зазвичай рекламного характеру, спонукаючи аудиторію зробити бажані/очікувані дії – відкрити певний сайт у пошуковик, придбати товар чи скористатися послугою тощо. Як зазначає копірайтерка І. Костюченко, мета копірайтера полягає в тому, щоб з його текстом ознайомилися «хто треба» й після цього виконали те, до чого їх спонукає публікація [11, с. 14]. Тож копірайтерські статті орієнтовані на певні інформаційно-пошукові запити аудиторії, а отже, за змістом й стилістично адаптовані до них. Застосування тих чи тих цифрових інструментів для створення таких статей дає змогу якнайповніше реалізувати зазначені особливості копірайтерських текстів.

Також вибір цифрових інструментів у копірайтингу залежить безпосередньо від конкретного етапу роботи над статтею. Саме завданнями та специфікою реалізації певного етапу визначені необхідність та доцільність цифрових інструмен-



тів, що дозволяють найкраще його реалізувати. Тож у контексті зіставного аналізу різних цифрових інструментів, ефективних для написання копірайтерських текстів, важливо схарактеризувати етапи роботи над ними.

Традиційно виокремлюють такі етапи створення копірайтерських текстів: підготовка (вивчення специфіки ринку визначення цільової аудиторії, ознайомлення з контентом конкурентів); збір фактажу і заповнення брифу (технічного завдання); визначення переваг об'єкта просування і формування унікальної торгової пропозиції щодо нього; структурування матеріалу; вибір заголовка публікації й написання вступу до неї та основної частини; створення чернетки публікації; її редагування; опублікування на сайті й подальше тестування та перевірка ефективності [15].

Схарактеризуємо дієві цифрові інструменти відповідно до кожного етапу роботи копірайтера над публікацією. Обираючи їх для аналізу, ми враховували останні цифрові тренди у галузі копірайтингу [1; 2; 19] та зважали на поради практиків щодо їх вибору [4; 7; 8; 10; 12]. Загалом, зважаючи на можливість використання тих чи тих цифрових засобів під час її написання, ми виокремили чотири основні стадії продукування такої публікації. Так, на першому етапі створення копірайтерської статті відбувається збір та аналіз необхідної для неї інформації залежно від мети написання – для рекламування/просування особи, товару, бренду, послуги, вебсайту тощо. У процесі опрацювання великої кількості різнопланових джерел інформації відбувається накопичення корисних відомостей, генерування цікавих ідей, думок та переконливих аргументів, які згодом сформулюють зміст копірайтерської статті. На цьому етапі надзвичайно важливо зафіксувати й упорядкувати зазначену вище інформацію, для чого доцільно застосувати ефективні цифрові інструменти.

Насамперед дієвим буде використання можливостей сучасних смартфонів для написання у них звичайних нотаток, адже вони дають базовий функціонал запису ідей (створення рукописних, текстових чи аудіонотаток), підготовка чек-листів, упорядкування справ тощо. Варто назвати найпопулярніші інструменти такого штибу: нотатки для екосистем IOS на iPhone, iPad; для екосистеми Android, наприклад застосунок «Samsung Notes» для пристроїв фірми «Samsung» та інструмент «Google Keep» для будь-яких смартфонів на цій екосистемі. Кожен із цих застосунків має понад один мільярд встановлень на пристроях, що є суттєвим аргументом щодо їх ефективності.

Для складніших завдань копірайтерам варто послуговуватися «Evernote» (evernote.com) – програмою для створення, редагування та організації нотаток, яку можна використовувати як для індивідуальної, так і для колективної роботи. Це зручний інструмент для спільної роботи з колегами над нотатками та для ведення спільних проєктів. Він допомагає розв'язувати задачі, де потрібно запам'ятовувати великі обсяги інформації, і може замінити паперовий блокнот для зберігання креативних ідей. Крім того, на відміну від традиційного записника, лише в електронному форматі цього застосунку є змога зберігати відео, аудіо та зображення, тож підвантажувати у блокнот можна інформацію в різних форматах. Усі зазначені можливості програми стануть у пригоді копірайтерам під час написання статті.

Якщо зіставити «Evernote» із можливостями документів у Microsoft Word, то ця програма дозволяє систематизувати різні тексти щодо однієї теми так, щоб вони не розгубилися. Натомість у документі Microsoft Word це зробити складно. Evernote дає змогу копірайтеру, створивши блокнот майбутньої публікації, працювати над нею в середині блокнота, збираючи всю інформацію в одному місці. Важливим помічником копірайтера в цьому є розширення застосунку «Evernote» – «Web Clipper», що дозволяє швидко зберігати знайдені щодо теми публікації матеріали із мережі Інтернет, зокрема будь-які вебсторінки, статті, зображення, виділений у якомусь матеріалі текст, потрібні електронні листи. Проте Evernote, зважаючи на те, що він створений для блокнотних форматів запису, поступається документам у Microsoft Word можливостями роботи з текстом, способами його оброблення. Тож він найдоцільніший для планування та для чернеток копірайтерських статей.

Для упорядкування інформації та ідей щодо публікації копірайтерам корисні будуть Mind Maps, тобто інтелектуальні, чи ментальні, карти. Вони становлять цифрові інструменти майндмепінгу, що допомагають копірайтерам упорядкувати свої думки, сортувати й класифікувати інформацію, належно її структурувати, скласти план майбутньої публікації. Одним із таких застосунків, ефективних у діяльності копірайтерів, є «MindMeister» (mindmeister.com), який дозволяє швидко створювати ментальні карти за допомогою вбудованих шаблонів і ділитися ними з іншими користувачами. У безплатному базовому пакеті доступні три карти та широкий спектр функцій, як-от: різні стилі та кольори блоків, можливість зміню-

вати кольори тексту і його форматування. Меню праворуч містить можливості для зміни режиму оформлення, що забезпечує зручність, компактність і простоту у використанні. Створення карт дуже просте: достатньо копірайтеру виділити блок, з якого повинні виходити зв'язки (інформація, думки, пов'язані зі змістовим блоком статті), і натиснути на кнопку «плюс». Також можна легко розфарбувати блоки й додати іконки або смайлики.

Подібним за своїм функціоналом є застосунок «MindMur» ([mindmur.com](http://mindmur.com)). Це найкращий інструмент для початківців, які не мали досвіду побудови ментальних карт під час написання копірайтерської публікації, оскільки в ньому відсутній ланцюжок складних дій. Вставлення картинки або редагування тексту можливі за два кліки, а створення нових ментальних блоків або їх видалення – за один. При цьому ментальна карта естетична на вигляд, логічна й легка для розуміння. Її можна персоналізувати, додавши фотографії. Під час додавання зображень копірайтер може легко змінити їх розмір, розташувати під текстом або збоку.

Заслугує на увагу також ресурс «XMind» ([xmind.app](http://xmind.app)). У безплатній його версії копірайтерам доступні всі види діаграм і синхронізація з хмарними сервісами, а також багато різноманітних шаблонів: конспектування, мозковий штурм, побудова логічних зв'язків, створення презентації, написання робочого звіту, планування, управління проектами тощо. З останніх нововведень описаного застосунку варто назвати інтегрування з AI, що значно поліпшує якість сервісу.

Усі схарактеризовані вище застосунки мають версії для комп'ютерів, для Android чи IOS. Це дає змогу копірайтерам якнайповніше їх використовувати й синхронізувати роботу з ними на різних пристроях.

Другий етап діяльності копірайтера під час створення публікації, на якому можна активно та ефективно використовувати цифрові інструменти, є різновекторна робота із контентом, що охоплює генерування ідей для його продукування, продукування контенту, його рерайтинг, різні трансформації контенту та адаптування до різних платформ і запитів аудиторії. На цьому етапі, безперечно, найдієвішим цифровим інструментом для копірайтера є AI. Зокрема, дані останніх досліджень свідчать, що 81% опитаних маркетологів, які пов'язані з копірайтингом і використовують генеративний штучний інтелект у роботі з текстами й зображеннями, стверджують, що він ефективно допомагає їм у виконанні їхньої роботи. Вони констатують, що застосування

в професійній діяльності AI дає змогу працювати над контентом більш ефективно і покращити його якість, збільшити його обсяги й зробити більш персоналізованим. Також опитані маркетологи зазначають, що використання генеративного штучного інтелекту допомагає зробити контент дієвішим і більш впливовим на аудиторію [3].

Водночас зазначимо, що останнім часом довкола використання цього цифрового інструмента точаться певні суперечки, пов'язані з етичністю застосування штучного інтелекту й дотримання авторського права в тих галузях, де мають функціонувати оригінальні авторські тексти [13; 18]. Однак практики дійшли висновку, що в контексті створення якісного оригінального тексту, можливості AI поступаються креативним можливостям мозку людини. Цей інструмент більш доцільний для генерування й оброблення значних обсягів інформації, потрібної для копірайтерів, і яку потім вони зможуть використати в оригінальних текстах. У цьому аспекті, на нашу думку, використання AI не порушує етичних норм діяльності копірайтерів.

З позиції створення тексту AI не може конкурувати з оригінальним авторським мисленням, не спроможний згенерувати креативні ідеї, які здатен згенерувати людський мозок, тож він не замінить людину. Водночас AI може допомогти в обробленні створеного копірайтером тексту, у зміні форматів текстових повідомлень, в їх адаптації до різних платформ. Зважаючи на це, для копірайтингу доцільно використовувати генеративний штучний інтелект у процесі мозкового штурму в пошуку нових ідей та підходів подання відомостей, перепрофілювання та адаптування створеного раніше контенту для нової аудиторії, формату чи каналу комунікації. Також використання генеративного штучного інтелекту ефективно для складання плану публікації, створення її копії, для створення зображень чи базових відео. Безпосередньо в роботі з контентом копірайтери можуть використовувати AI, щоб зробити публікації в соціальних мережах, у блогах, зробити зображення, описи продуктів, щоб написати електронні листи [3]. Відповідно до зазначеного AI фактично є хорошим технічним помічником копірайтера у роботі з контентом, який, однак, не може замінити копірайтера під час продукування оригінального авторського тексту.

Окремо варто зупинитися на різновидах AI, які копірайтери можуть використовувати у роботі з контентом. Нині існує велика кількість інструментів зі схожим функціоналом для створення та

редагування контенту. Відмінності можуть бути в мові генерування (не в усіх доступна українська), у наявності безплатних версій чи в наборі допоміжних особливостей. У межах нашого дослідження вважаємо за доцільне схарактеризувати найбільш популярні сервіси.

Так, більшості користувачів у галузі копірайтингу вже знайомі мовні моделі «ChatGPT» від OpenAi (2022 р.), «Bard» від Google (2023 р.) чи оновлений інструмент «Bing» від Microsoft (2023 р.), що тепер є складником «Microsoft Copilot». Зазначені інструменти на базовому рівні допоможуть генерувати та пропонувати нові ідеї для текстового контенту (дописи, заголовки, слогани, e-mail, картки продуктів тощо), для сценаріїв, відеороликів і надихати копірайтерів на створення дописів, блогів та іншого контенту, а також виконувати редагування тексту, виявляти помилки, покращувати граматику, пунктуацію й стиль.

Надзвичайно дієвим ресурсом для потреб копірайтингу є «Jasper» (jasper.ai), який самі розробники називають «другим пілотом» штучного інтелекту, ефективним, зокрема, у маркетинговій командній роботі. Ресурс був заснований у 2020 році й спочатку мав назву «Conversion.ai», потім «Jarvis.ai». Завдяки застосуванню штучного інтелекту за допомогою Jarvis створено низку успішних вебпроектів. У 2022 році сервіс змінив назву на «Jasper» та отримав багатомільйонні інвестиції. Фактично зараз це один із лідерів у сфері генерування контенту.

Механізм штучного інтелекту від Jasper поєднує кілька великих мовних моделей, також до нього можна додавати власну маркетингову модель, відтак отримувати результати найвищої якості. Зазначеному інструменту притаманна універсальність, серед його переваг для копірайтингу – понад 50 шаблонів для генерування текстів (наприклад, AIDA Framework, структура «Проблема – Агітація – Рішення» (PAS), підготовка резюме тексту, структурування публікацій в блозі чи на сайті. Jasper допомагає розширити речення, створити заголовки, написати основний текст для рекламних оголошень у фейсбуці чи інстаграмі, спродувати висококонверсійні заголовки для Google Ads, SEO-заголовки та мета-описи для позиціонування в Google, він ефективний під час генерування маркерів та опису товарів для Amazon. Зазначений ресурс успішно використовують під час створення заголовків, генерування ідей та продукування сценаріїв для відео, які зацікавлять глядачів і матимуть високий рейтинг на YouTube та багатьох інших інформаційних потреб. Попри широкі можливості із залучення

Jasper у роботі копірайтерів, їм слід враховувати, що доступна лише платна версія ресурсу.

Подібно до ресурсу «Jasper» великий спектр можливостей надає «Writesonic» (writesonic.com). Насамперед він корисний для тих, кому необхідно швидко й легко створювати якісний контент, відповідний до вимог SEO. Тож цей цифровий помічник копірайтери можуть успішно використовувати, створюючи за його допомогою контент для різних платформ, зокрема для фейсбуку й інстаграму, а також для Google і Shopify. До вагомих його переваг належить доступність, адже ресурс можна використовувати безплатно.

Зазначений вище ресурс пропонує цілу лінію інструментів для копірайтерів. Перерахуємо лише ті, які найбільше стосуються їхньої текстової діяльності. У своїй роботі вони можуть застосовувати інструмент «AI Article Writer» для написання гіперперсоналізованих статей у Tone of Voice (TOV), тобто стилі комунікації, основному тоні «звучання» бренду. Якщо копірайтерам необхідно перефразувати речення, зробити рерайтинг абзаців, есе, більш розлогих публікацій, досягнувши при цьому стовідсоткової унікальності тексту, який не міститиме плагіату, доцільно використати застосунок «Paraphrasing Tool». Він якнайкраще підходить в тому разі, коли потрібно, заощадивши час та зусилля, згенерувати якісний, унікальний та цікавий контент на базі наявних публікацій з якоїсь теми. Безпосередньо короткі за обсягом речення розширити допоможе інший інструмент ресурсу «Writesonic» – «Text Expander», що є AI-розширювачем тексту.

Для створення коротких та унікальних резюме з тексту публікації копірайтери можуть використати інструмент «Text Summarizer», при цьому оригінальність основної публікації не буде порушено, й короткий виклад у резюме цілком відповідатиме її основному змісту. За потреби створення публікації не на основі рерайтингу, а у форматі оригінальної захопливої історії копірайтери можуть ефективно використати такий інструмент ресурсу «Writesonic», як «Story Generator». Для цього в ресурс необхідно ввести вихідні дані, зокрема вказавши жанр, персонажів, деталі, пов'язані з ними, ключові слова, і він згенерує унікальну переконливу історію. Як зазначено в анонсі до цього інструменту, такі історії можна створювати 25 мовами.

На особливу увагу копірайтерів заслуговує ресурс «Copysmith» (copysmith.ai). Для копірайтерів його розробники пропонують три інструменти. Зокрема, для найшвидшого та найпростішого способу генерування SEO-контенту, який

матиме найвищі рейтинги в Google, ефективним буде застосунок «Fraser.io». Як і «Jasper», він має для копірайтерів тільки платні версії.

Іншим корисним застосунком ресурсу «Copysmith» є інструмент «Rytr.me». Це AI-помічник та розширення для браузера «Chrome», яким послуговуються понад 7 млн копірайтерів, маркетологів та підприємців зі всього світу. Існує безплатна версія зазначеного інструмента для генерування 10 тисяч знаків на місяць, а також підтримка української мови.

Третій застосунок ресурсу «Copysmith» має назву «Describely.ai». За його допомогою можна легко та в значному обсязі генерувати описи продуктів, маркери, заголовки й теги, планувати ключові слова для нових публікацій. Цей цифровий інструмент має тільки платні версії.

Корисною для копірайтерів буде також платформа «Copy.ai». На цій платформі є безплатні генератори текстів на основі штучного інтелекту. Окрім звичних функцій, рерайтингу текстів, SEO, пропонує ідеї для написання e-mail, слоганів, назв компаній, біографій в соцмережах, генератор хештегів, продажів, аббревіатур тощо.

Завершуючи короткий огляд інструментів AI для роботи копірайтерів із контентом, зазначимо, що всі вони за основу мають так звану «мовну модель» штучного інтелекту. Частина з них використовує нові версії однієї з перших відомих мовних моделей «ChatGPT». Переважно функціонал описаних інструментів схожий (особливо в безплатних версіях), але кожен інструмент пропонує якісь свої унікальні можливості. Наприклад, ресурс «Copysmith» уможливує інтеграцію з системами управління контентом в e-commerce (Shopify, WooCommerce).

Після написання тексту майбутньої публікації третім важливим кроком у роботі над нею з боку копірайтерів є її редагування й приведення у відповідність до чинних мовних норм – орфографічних, лексичних, стилістичних та пунктуаційних. Допомогти їм у цьому теж може ряд цифрових ресурсів. Схарактеризуємо ті з них, що засвідчили свою ефективність під час такої роботи з текстами. З-поміж них насамперед потрібно назвати вбудовані редактори в системах у «Microsoft Word», «Libre Office Writer» чи «Open Office Writer». Крім цих редакторів, копірайтерам можна застосовувати спеціальні плагіни-розширення для браузерів, щоб працювати з текстом в онлайні. Серед найбільш популярних можна виокремити «Language Tool» (languagetool.org). Цей плагін надає рекомендації з правопису українською мовою (крім неї, ще

30 іншими мовами) відповідно до норм чинного правопису, чітко розпізнаючи та розмежовуючи помилки в орфографії, пунктуації, граматиці чи стилістиці. Базова версія безплатна, є також версія «Pro» з додатковими можливостями (наприклад, у ній доступна необмежена кількість перефразувань речень за допомогою AI).

Також популярним у копірайтерів є плагін «Online Corrector» (onlinecorrector.com.ua), який виявляє та коригує помилки в текстах українською мовою. Цей інструмент виділяє в тексті потенційні помилки кольором і спрямовує на однойменний вебсайт, надає пояснення, підтверджуючи їх правилами правопису. Сервіс пропонує правильні варіанти слововживання, стилістичного оформлення мовних конструкцій, граматики та пунктуації української мови. Застосунок має безплатну та покращену платну версію. У платній версії є змога швидкого отримання онлайн-консультації щодо правильного варіанту написання мовних одиниць

На завершальному етапі роботи з текстом копірайтери повинні перевірити його на унікальність, адже саме такі тексти відповідають етично правовим стандартам і мають цінність для замовників. Реалізувати цей етап копірайтери можуть за допомогою цифрових інструментів, що дають змогу перевірити тексти на оригінальність та наявність у них збігів і цитувань.

Варто зазначити, що унікальність тексту є визначальною ознакою під час створення матеріалів для інтернету, адже, наприклад, Google понижує рейтинг сайтів, де є продубльований контент. Перевірка тексту на можливий плагіат корисна у двох випадках. По-перше, якщо під час написання публікації для натхнення використовували різні джерела і, можливо, робили рерайтинг окремих із них. У такому разі потрібно переконатися, що в матеріалі немає фрагментів, які можуть бути визнані плагіатом. По-друге, якщо необхідно перевірити, чи копіювали авторський текст копірайтера конкуренти або хтось інший використав цілі фрази з авторського тексту, скопіювавши їх з уривками інших публікацій.

Безплатним ефективним онлайн-інструментом, який пропонує перевірку текстів й не потребує попередньої реєстрації, є «EduBirdie» (edubirdie.com). За його допомогою можна завантажувати файли чи працювати безпосередньо на платформі. Застосунок зіставляє завантажену публікацію з усіма доступними вебджерелами й текстами, розміщеними в інтернеті, потім він видає звіт про оригінальність тексту й список джерел, з якими зафіксовані текстові збіги, виділяючи ці збіги в тексті публікації.

Для виявлення плагіату та видалення його з тексту можна використовувати мультимовний інструмент «Plag.com.ua.» Попри те, що його розробники роблять акцент на перевірці насамперед академічного письма, наукових робіт студентів та викладачів, цей ресурс буде корисним і для копірайтерів, оскільки використовує AI, який залучає до аналізу відкриту базу даних з будь-яких документів, що перебувають у загальному доступі, а також наукометричну базу даних із понад 80 млн статей.

Варто зауважити, що під час стандартної безплатної перевірки текст, який перевіряють, потрапляє до загальної черги, тож копірайтерам доведеться почекати певний час, поки відбудеться перевірка. Усі текстові подібності сервіс зазначає у підсумковому звіті про перевірку.

Крім зазначених двох інструментів, для перевірки на плагіат копірайтери можуть також використати Plagiarism Detector. Він слугує для зіставлення документів, що перевіряють, із базами даних популярних пошукових систем і допомагає виявити збіги з ними. Ресурс легкий у користуванні: достатньо скопійований текст вставити у вікно сканування, після чого користувачеві надходить звіт із вказівкою на відсоток збігів з іншими джерелами, виділені місця збігів, посилання на першоджерела. За потреби сервіс може перевіряти граматику та синтаксис.

**Висновки.** Проаналізувавши цифрові інструменти, які нині активно використовують копірайтери, працюючи з текстом, ми згрупували їх та проаналізували згідно з чотирма етапами роботи над ним. Так, до першої групи зараховано застосунки, що допомагають зібрати, опрацювати та упорядкувати інформацію. Другу групу становлять цифрові інструменти на базі «мовної моделі» AI, за допомогою яких можна генерувати ідеї для контенту, робити його рерайтинг, створювати зображальний і текстовий контент, змінювати його, підлаштовуючи під особливості певних платформ, зокрема для фейсбуку та інстаграму. Третю групу сформували цифрові ресурси для редагування текстів і виправлення мовних помилок. До четвертої групи належать застосунки, які перевіряють тексти на унікальність і допомагають виявити небажані текстові збіги. Увесь проаналізований арсенал цифрових інструментів значно пришвидшує, полегшує та покращує роботу копірайтерів над текстом, тож його доцільно використовувати в їхній професійній діяльності.

Пропонована публікація становить спробу аналізу найуживаніших та ефективних засобів із широкого спектра сучасних цифрових інструментів копірайтингу. Дослідження може бути продовжене в аспекті вивчення таких застосунків для специфічних потреб окремих напрямів копірайтингу, як, наприклад, SEO-копірайтинг.

#### Список літератури:

1. 11 найкращих програм для копірайтингу зі штучним інтелектом. URL: <https://smodin.io/uk/blog/best-ai-copywriting-software/> (дата останнього звернення: 05.02.2024).
2. 14 інструментів для копірайтера. URL: <https://dalistrategies.com/ua/14-instrumentiv-dlya-kopirajtera/> (дата останнього звернення: 05.02.2024).
3. Iskiev M. The 2024 State of Marketing & Trends Report: Data from 1400+ Global Marketers. URL: <https://blog.hubspot.com/marketing/hubspot-blog-marketing-industry-trends-report> (date of access: 01.02.2024).
4. Алгрн Метт. Найкращі інструменти та генератори для створення AI. URL: <https://www.websiterating.com/uk/productivity/best-ai-writing-tools/> (дата останнього звернення: 26.02.2024).
5. Блинова Н. М. Копірайтинг як текстотвірна галузь: його специфіка в Україні. *The 9th International conference – Science and society* (February 1, 2019) Accent Graphics Communications & Publishing, Hamilton, Canada. 2019. P. 343–352.
6. Блинова Н. М. Нове в копірайтерській галузі: актуальні сервіси перевірки якості текстового контенту для вебсередовища. *The 15th International scientific and practical conference «Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects»* (August 14–16, 2022) MDPC Publishing, Berlin, Germany. 2022. P. 262–271.
7. Власова Х. Сервіси, книги та фішки для копірайтингу. URL: <https://brander.ua/blog/servisi-knigi-ta-fishki-dlya-kopiraytingu> (дата останнього звернення: 05.02.2024).
8. Гончарук І. 6 сервісів для перевірки контенту українським копірайтерам. URL: <https://textum.com.ua/blog/6-servsv-dlya-perevrki-kontentu-ukrayinskim-kopirajteram/> (дата останнього звернення: 23.02.2024).
9. Дюжева К. Копірайтинг як симбіоз журналістики та реклами. Образ. 2022. Вип. 2. С. 89–97.
10. Кирик Н. 6 сервісів перевірки унікальності для українських копірайтерів. URL: <https://wordfactory.ua/ua/plagiarism-checker/> (дата останнього звернення: 26.02.2024).
11. Костюченко І. Копірайтинг в алгоритмах. Київ: «Агенція «ІПЮ», 2021. 128 с.

12. Котлович Р. Чим дійсно тобі як копірайтеру допоможе чат-бот? URL: <https://omgagency.me/blog/chym-dijсно-tobi-yak-kopirajteru-dopomozhe-chat-bot/> (дата останнього звернення: 23.02.2024).
13. Кузнецова А. Прошавайте, автори контенту: чи замінить ШІ копірайтерів у майбутньому і чи варто хвилюватися. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/proshavajte-avtori-kontentu-chi-zaminit-shi-kopirajteriv-u-majbutnomu-i-chi-var-to-hviluvatisya/> (дата останнього звернення: 13.02.2024).
14. Левщанова О. О., Підмогильна Н. В. Копірайтер в українському медіапросторі: соціальні аспекти. Масова комунікація у глобальному та національному вимірах. 2019. Вип. 11. С. 71–76.
15. Рикова В. 7 етапів для написання тексту, що продає. URL: <https://vlada-rykova.com/ua/etapy-parisaniya-teksta/> (дата останнього звернення: 13.02.2024).
16. Ткачук С. В., Стахурський В. О. Роль та значення копірайтингу в маркетингу. *Економіка та суспільство*. 2023. № 47. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-14> (дата останнього звернення: 23.02.2024).
17. Цапок О. М. Сучасне розуміння поняття копірайтинг. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, VI(31), I.: 185, 2018 Dec. P. 66–68.
18. Юшина А. Штучний інтелект: кому належать авторські й майнові права. Що передбачають законодавства іноземних країн і України. URL: <https://mind.ua/openmind/20255019-shtuchnij-intelekt-komu-nalezhat-avtorski-j-majnovi-prava> (дата останнього звернення: 23.02.2024).
19. Як полегшити життя копірайтера: 12 сервісів для роботи з текстом. URL: <https://www.theinstapreneurs.com.ua/blog-posts/12-tools-for-writing> (дата останнього звернення: 24.02.2024).

#### **Tsapok O. M., Koval S. V. PARTICULARITIES OF USING DIGITAL TOOLS IN MODERN COPYRIGHTING**

*The article is dedicated to the contemporary digital tools utilized in creating copyright publications. It contains a detailed comparative analysis and description of applications that facilitate and enhance the work of a copywriter at various stages of article production. Particularly during the development of the chosen topic and the selection and processing of information sources. It also describes the process of sorting and organizing data, in the process of writing text, it's structuring, and editing.*

*The paper notes that the current source base on copyrighting predominantly consists of theoretical elaborations regarding its substantive content, functioning of specific types and directions. Concerning the technical capabilities of executing this process, there are mainly publications of practitioners in the form of advice regarding the selection of specific digital tools. However, there is a lack of comprehensive analysis of such applications at each stage of the copywriter's work with the text, which justified the relevance of our research.*

*The choice of applications for analysis was made considering their capabilities and ease of use. Also, an important criterion for their selection was the feedback from practitioner copywriters who actively use certain digital tools in their activities.*

*Significant attention in the article is devoted to the capabilities of each application, its effectiveness, and accessibility for users. Emphasis is placed on unique proposals provided by services in terms of content work. Such as the ability to store various information on one topic and involve it in the copyright text, the ability to structure text, rewrite it, adapt it to various platforms, edit, correct spelling mistakes, and check for plagiarism.*

*The paper extensively discusses trending tools of modern copywriters functioning on the basis of language models of generative artificial intelligence (AI). It is elucidated that recently, both copywriters and marketers actively use them in their practice. It is noted that despite all the capabilities of such content generation and processing services, they cannot completely replace the author. Particularly concerning the production of not just creative but also innovative ideas and the choice of original approaches to information in copyright text.*

*Digital tools in the publication are grouped and described according to the tasks that the copyright text allows them to implement, as well as according to the specific stage of work on it. For each stage of working with texts, several of the most common and used digital tools are selected, and their potential for copyrighting is disclosed.*

**Key words:** *AI, plagiarism, generative artificial intelligence, application, content, copyrighting, language model, Mind Maps, editing, digital tools.*

*Шульженко А. С.*

Бердянський державний педагогічний університет

## ІНФОРМАЦІЙНА НАСИЧЕНІСТЬ ПОВІДОМЛЕНЬ СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО АГЕНТСТВА «АРМІЯІNFORM»

*Стаття присвячена структурному та тематичному аналізу контенту інформаційного агентства (далі – ІА) «АрміяІnform», яке спеціалізується на питаннях, пов'язаних з армією та військовими подіями. З початком повномасштабної війни в Україні це ІА користується популярністю та авторитетом серед інших медіа, оскільки залучає до співпраці воєнкорів, компетентних осіб, які мають відношення до військової справи, що позитивно позначається на якості публікацій.*

*У статті проаналізовано, яким чином структуруються публікації, яким новинам відведено першочергове місце на головній сторінці ІА; встановлено, що контент АрміяІnform характеризується конвергентністю, оскільки висвітлюються не тільки текстові і фотоматеріали на сайті, в соціальних мережах і меседжерах, а й є Армія FM, яка дає можливість у будь-який час і в будь-якому місці слухати новини, а також Армія TV – для перегляду сюжетів.*

*У результаті дослідження вдалося проаналізувати рубрики АрміяІnform, а також виявити, що, окрім основного поділу матеріалу, на головній сторінці можемо бачити тематичний розподіл матеріалу під хештегами, де читач може легко й швидко знайти інформацію, яка його цікавить.*

*Окрім цього, встановлено, що ІА дотримується вимог до матеріалів інформаційних жанрів: інформаційність, оперативність, актуальність, суспільна значущість, правдивість, фактологічна точність, стислість, лаконізм, виразність, простота, ясність, декодованість та релевантність. Це дає змогу аудиторії без перешкод сприймати й розуміти інформацію щодо подій повномасштабної російсько-української війни.*

*Отже, інформагентство «АрміяІnform» викладає і структурує матеріали за рубриками та хештегами, де для зручності реципієнтів найважливіші та найактуальніші публікації дублюються на головній сторінці інформаційного агентства. Інформаційна насиченість матеріалів свідчить про те, що медійники враховують інтереси аудиторії, надають їй достовірну, кваліфіковану, повноцінну інформацію щодо подій повномасштабної війни в Україні.*

**Ключові слова:** інформаційне агентство, інформаційна насиченість матеріалів, декодованість, релевантність, оригінальність.

**Постановка проблеми.** Роль і значення інформаційних агентств загалом, і спеціалізованих зокрема, сьогодні безсумнівно є значущою, особливо коли мова йде про потреби суспільства максимально оперативно отримувати повноцінну, якісну, актуальну інформацію щодо повномасштабної війни в Україні. Ураховуючи реалії сьогодення, АрміяІnform є тим медіа, якому довіряє аудиторія. Якщо раніше, починаючи з 2018 року, агентство висвітлювало події Операції об'єднаних сил на сході України, то сьогодні воно користується популярністю серед читачів, містить свою аудиторію, воєнкорів та залучає до співпраці компетентних осіб, які мають відношення до воєнної справи, що позитивно позначається на якості публікацій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Інформаційні агентства неодноразово були об'єктами досліджень як зарубіжних (Р. Богданські [2], В. Шнайдер [10] та ін.), так і вітчизняних дослідників (О. Гарматій [3], В. Здоровега [4], А. Москаленко [5], Ю. Нестеряк [8] та ін.). У вивчення тематичного наповнення, структурних особливостей повідомлень, жанрового контенту та інших аспектів функціонування інформаційних агентств, зробили вагомий внесок українські науковці: О. Гарматій [3], В. Ільченко [7], М. Карась [7], В. Миронченко [9], М. Недопитанський [7], Ю. Нестеряк [8] та ін.

**Постановка завдання.** Мета дослідження – проаналізувати структуру та тематичне наповнення спеціалізованого інформаційного агентства

«АрміяInform», виявити специфічні риси, які характеризують його діяльність у період повномасштабної війни в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Аналізуючи контент інформаційного агентства «АрміяInform», можна помітити, що йому притаманна конвергентність, що дає можливість не тільки читати матеріали на офіційному сайті, соціальних мережах і меседжерах, а й слухати, оскільки мають радіохвилю, та переглядати сюжети на YouTube. Інформаційна насиченість агентства дає змогу йому конкурувати в сучасному медійному просторі і мати свою численну аудиторію.

АрміяInform заслуговує на детальний аналіз, оскільки спеціалізується на воєнній тематиці, є авторитетним джерелом розповсюдження інформації щодо подій, які відбуваються на фронті. Рубрикація агентства є актуальною і містить такі складові: рубрика «Новини», «Публікації», «Репортажі» та «Соціальний захист».

Щодо головної сторінки АрміяInform, то агенціїники тут органічно поєднують традиційну подачу матеріалу разом з конвергентністю та мультимедійністю. Так, стрічка новин містить найактуальнішу інформацію, наприклад: «*«Яець по 17 гривень» більше не буде: як Міноборони ліквідує ризики корупції на закупівлях для ЗСУ»*, «*Німеччина готує новий пакет військової допомоги Україні на 1,1 млрд євро*» тощо.

Розглянемо детальніше структурування матеріалу на головній сторінці аналізованого інформагентства.

Рубрика «Новини» висвітлює найактуальнішу інформацію про події, що відбуваються в Україні та світі, наприклад: «*Велика Британія передасть Україні тисячі безпілотників»*, «*Юрій Ігнат: У росіян є проблеми з «калібрами», це очевидно»*, «*Володимир Зеленський завтра відвідає Німеччину та Францію і виступить на Мюнхенській конференції»* тощо.

У рубриці «Публікації» агентство розміщує інформацію різних жанрів, наприклад: репортажі, оскільки цей жанр є популярним для АрміяInform, періодичність яких 2 і більше за добу, що не є характерним для більшості ІА. Цей жанр є надзвичайно складним в умовах війни, оскільки вимагає ефекту присутності, що не завжди є можливим і безпечним для репортерів. Проаналізувавши їх, можна помітити, що всі репортажі побудовані на фіксації подій через людей, не «безликих» героїв, а конкретних людей, воїнів, жертв війни тощо, наприклад: «*Танкові будні. Зазирніть у вічі бійцям, які захищають нас від росії»*, «*Посол США про ворожі обстріли Харкова: Потрібно зупинити*

*такі жахливі злочини» та інтерв'ю: «Я краще втрачу якусь позицію, ніж допущу загибель всього особового складу – Олександр Сирський»*, «*Україна може переважати на полі бою за рахунок технологічного домінування – заступник Міністра оборони»* тощо.

Після переходу з головної сторінки безпосередньо до публікації, кожна сторінка містить стандартну інформацію, розміщену праворуч: «Захищаємо світ», де кожного дня оновлюється відлік героїчної боротьби нашого народу з рашистами, а також «Гаряча лінія» для окупантів з метою повідомити їх контакти для здачі в полон тих, хто хоче врятувати своє життя. Крім цього, на сторінці міститься категорія «Втрати ворога», де через гіперпосилання реципієнт може перейти і ознайомитися детально з інформацією щодо втрат ворога, як особового складу, так і загарбницької техніки, наприклад: «*Мінус ще 910 окупантів, 24 артсистеми та 22 ББМ: втрати росармії за останню добу»* (15.02.2024).

Рубрика «Репортаж» містить повідомлення з місця події, де відчувається присутність репортера і його ставлення до описаної ситуації, наприклад: «*Батьки Білгород-Дністровщини зустріли своїх синів із полону»*, «*Рашисти «денаціоналізували» агрофірму, але фермери її відновлюють»*, «*Один день із життя саперів на Харківщині: фоторепортаж»* тощо.

Рубрика «Соціальний захист», присвячена останнім новинам, актуалізованій інформації та аналітиці щодо соціального забезпечення та підтримки військовослужбовців та їхніх сімей, наприклад: «*Матдопомога для вирішення соціально-побутових питань: чи надаватимуть у 2024 році»*, «*Як отримати статус УБД цивільним, які брали участь у захисті України: роз'яснення Мінветеранів»* тощо. Матеріали, які розміщуються тут є дуже важливими для громадськості, для соціального захисту населення, адже кожен громадянин може знайти відповіді на питання, які його хвилюють.

Окрім основного поділу матеріалу, на головній стрічці можемо бачити тематичний розподіл матеріалу під такими хештегами: «*#STOPRUSSIA»*, «*#ХАРКІВСЬКИЙ ТРИБУНАЛ»*, «*#ГЕРОЇ НЕСКОРЕНОЇ УКРАЇНИ»*, «*#ДЕОКУПАЦІЯ»*.

Під хештегом «*#STOPRUSSIA»* міститься найактуальніша інформація щодо війни, події висвітлюються на головній сторінці і дублюються в цій рубриці: «*Ліквідацію російської імперії змоделювали на конференції в Києві»*, «*Чотири F-16 збили п'ять ворожих літаків з шести: унікальний для НАТО авіабій»* тощо.



Під хештегом «#ХАРКІВСЬКИЙ\_ТРИБУ-НАЛ» висвітлюються події, пов'язані зі злочинними діями російської армії щодо українського народу, а також з нанесенням шкоди цивільній інфраструктурі України, наприклад: «Обстріл Великого Бурлука на Харківщині: кількість загиблих зросла до чотирьох», «Армія рф упродовж доби гатила по Сумщині та Чернігівщині, зафіксовано 40 вибухів» тощо.

Під хештегом «#ГЕРОЇ НЕСКОРЕНОЇ УКРАЇНИ» інформагентство публікує інформації щодо героїчних подвигів наших воїнів, які кожного дня віддають свої власні життя заради майбутнього нашої країни та наших дітей: «Загинув український льотчик Владислав Риков, на рахунок якого 385 бойових вильотів», «Льотчик-бомбардувальник про знищені колони окупантів, ворожі ракетні удари по аеродромах та польоти на гранично малих висотах» тощо.

Під хештегом «#ДЕОКУПАЦІЯ» аудиторія може знайти для себе корисну інформацію стосовно відновлення українських міст після перемоги в російсько-українській війні, інвестування різних країн у відбудову України, повернення до міжнародно затверджених українських кордонів 1991 року, наприклад: «Близько 2300 анкет подано до кадрового резерву для роботи в деокупованому Криму – Таміла Ташева», «Деокупація Криму – це насамперед визволення громадян України» тощо.

Зупинимося на детальному аналізі головної сторінки інформаційного агентства.

Категорія «Озброєння та техніка» тримає аудиторію в курсі всіх поставок військової техніки від міжнародних партнерів з метою боротьби проти рашистської навали, наприклад: «Розбиває цілі зі швидкістю 80 м/с: представлено перехоплювач, який може нищити ударні БПЛА», «Два унікальні трофейні російські танки Т-90М стали на облік ЗСУ» тощо.

Категорія «Відео» містить відеодайджести, брифінги, а також усі відеоматеріали, які є наочними доказами російських злочинів проти українського суспільства: «На Запорізькому напрямку Сили оборони відбили штурм і взяли в полон 11 росіян», «У Сухопутних військах показали ефектну детонацію російського танка» тощо.

Категорія «Інтерв'ю» містить інтерв'ю з експертами, фахівцями у военній галузі, які надають кваліфіковану інформацію щодо тих чи інших подій на фронті: «Рекрутинг в ЗСУ: надаємо можливість для нормального вибору місця служби – Олексій Бежсевич», «Як українці в росії розкололися натрое та кого забув Зеленський у своєму указі» тощо.

Категорія «Актуальна тема», де назва говорить сама за себе, уміщує найактуальнішу інформацію щодо подій повномасштабної російсько-української війни, як-от: «Кирило Буданов назвав найважливіші чинники для перемоги України у війні з росією», «Втрати рф у боях за невелике місто на Донеччині становлять близько 15 тисяч загиблих» тощо.

У категорії «Реабілітація» можна знайти інформацію щодо підтримки та відновлення військовослужбовців, які отримали поранення на війні: «У власність Міноборони повернули заклад охорони здоров'я, де створять центр з реабілітації поранених», ««Шахтар» створює футбольну команду для військових з ампутаціями» тощо.

Категорія «Світ» оприлюднює матеріали, які підтверджують тезу, що весь світ допомагає Україні в цій цинічній, несправедливій війні, наприклад: «Сіра зона Європи. 10 важливих для України тез зі звіту Мюнхенської безпекової конференції, яка стартує сьогодні», «Україна отримує нову партію іспанських бронетранспортерів М-113» тощо. Публікації, що містять таку інформацію, дають 100% надію на якнайшвидшу перемогу і допомогу у відбудові нашої країни.

І остання категорія «Lifestory» публікує біографію та розповідає про життя відважних героїв, які на наших очах творять історію, наприклад: «Штурм під Кремінною, докази для Гааги і боротьба за думки людей: бліцінтерв'ю з військовими журналістами», «Не поий три рази пива, поїдь постріляй на полігон – ветеран та інструктор Денис «Квебек»» тощо.

Отже, з проаналізованого вище можемо підсумувати, що агентство не використовує традиційний поділ матеріалу на рубрики, а містить своєрідні категорії та хештеги, у межах яких відбувається структурування матеріалу.

Дотримання інформаційними агентствами вимог до матеріалів інформаційних жанрів є одними з пріоритетних у їхній діяльності. Це інформаційність, оперативність, актуальність, суспільна значущість, правдивість, фактологічна точність, стислість, лаконізм, виразність, простота, ясність, декодованість та релевантність.

Так, на думку Г. Назаренко [6, 10–13] простота, ясність, декодованість – це доступність суті повідомлення для аудиторії. О. Лащук виділяє три аспекти декодованості: необхідність урахування словникового запасу (тезаурусу) отримувачів новинного повідомлення; орієнтація на їхній емоційний досвід, з метою викликати бажаний емоційний відгук, уникнути негативної реакції; посилення на знання, які є в отримувачів повідомлення, –

історичні, географічні, політичні тощо, а також на їхні логічні здібності. Отже, декодованість можна розуміти дуже широко – не тільки як відмову від використання невідомих читачеві слів (адже і зрозумілими словами можна говорити заплутано), а й як забезпечення адекватного і легкого сприйняття інформації: у композиції, логіці, стилістиці.

Так, повідомлення інформаційного агентства розраховані на підготовлену аудиторію, яка має певні знання у военній та оборонній галузях, такі новини є цікавими і користуються популярністю в обмеженого кола осіб. Проте в умовах війни, коли кожен пересічний громадянин бажає знати все, що відбувається на фронті, аудиторія АрміяInform розширилася. Перед агенційниками постало завдання в доступній формі доносити інформацію до своїх читачів. Аналіз повідомлень дає змогу стверджувати, що вони написані доступною, простою мовою, переважає загальноживана лексика, проте все частіше застосовуються неологізми, які є зрозумілими для аудиторії.

Наведемо приклади таких повідомлень, які викликають емоційне піднесення, віру в перемогу і закінчення цієї жорстокої і несправедливої війни: *«Україна має вкрай реалістичні шанси отримати репарації до закінчення війни – міністр юстиції»*: *«Україна вимагає репарації до закінчення війни і має вкрай реалістичні шанси їх отримати. Зокрема, йдеться про резерви російського центробанку, які знаходяться на Заході»* [1]; *«Вже десять років Україна бореться за мир і спокій для всього вільного світу – Головнокомандувач ЗСУ»*: *«10 років тому росія почала війну проти України. Цього дня ми також вшануємо тих, хто загинув під час Революції Гідності. 10 років тому російські загарбники розпочали підступну, повзучу і гібридну анексію Криму. Це війна не лише за Незалежність України та визволення від російських окупантів. Це війна за свободу і цінності вільного світу, за наш цивілізаційний вибір»*, – наголосив він [1] тощо. І навіть через два роки повномасштабної війни такі повідомлення дуже часто публікуються на сторінці інформаційного агентства, що свідчить в непохитну віру і перемогу добра над злом.

Складна лексика, незрозумілі загалу терміни практично не використовуються інформаційним агентством, окрім тих, що безпосередньо пов'язані з війною. Така злагоджена робота агенційників, яка враховує інтереси аудиторії, є результативною, зрозумілою і досягає поставлених цілей – донесення до загалу життєво необхідної інформації щодо російсько-української війни, розширення аудиторії інформагентства і його впливу на суспільну думку.

Релевантність – відповідність інтересам аудиторії. Саме з цих міркувань відбувається відбір новинної інформації в агентствах: повідомлення про цікаві, але нерелевантні події публікуються значно рідше, ніж про не такі цікаві, але значущі.

Щодо релевантності повідомлень АрміяInform, то можна стверджувати, що всі вони є важливими, значущими й оперативними, оскільки сліdkують за подіями на фронті і максимально швидко доносять новини до аудиторії. На сторінках агентства відсутня нерелевантна інформація, оскільки воно не тільки поширює інформацію, але і є джерелом інформації для медіа, де містить думки експертів, уповноважених осіб, погляди яких є авторитетними і впливають на прийняття важливих рішень в суспільстві, наприклад: *«В окупантів дедалі менше РСЗВ. Воюватимуть «дідівськими» методами – артилерією на буксирі»*, *«Сили оборони спростували заяву шойгу про «зачищені» Кринки на лівобережжі Херсонщини»* тощо.

Щодо оригінальності подачі повідомлень інформагентства, то можемо відмітити, що воно єдине має зворотній зв'язок. Тобто після кожної новини містяться коментарі, що дають змогу спілкуватися з читачами, отримувати від них повідомлення, розуміти настрій аудиторії: *«ЗСУ завдали ударів по 10 районах зосередження особового складу рф та 4 складах боєприпасів»*, *«ЗСУ знищили ще один російський винишувач Су-34»* тощо. Проте не завжди коментарі – це добре, іноді люди просто користуються можливістю і пишуть різні нісенітниці тим самим змушують агенції реагувати на дописи і видаляти їх, наприклад: *«Під час відступу ворог залишив мало складів, тому що вони були знищені раніше»*.

Агенційники АрміяInform дотримуються всіх вимог до публікації інформаційних жанрів, їхні матеріали характеризуються оперативністю, актуальністю, лаконічністю, простотою, декодованістю та релевантністю, що дає змогу читачам без перешкод сприймати і розуміти інформацію щодо подій повномасштабної російсько-української війни.

Отже, проаналізувавши структуру розміщення матеріалу інформаційного агентства, можемо стверджувати, що на відміну від універсальних агентств, АрміяInform викладає і структурує матеріали за рубриками та хештегами, де для зручності реципієнтів найважливіші та найактуальніші публікації дублюються на головній сторінці інформаційного агентства.

Інформаційна насиченість матеріалів свідчить про те, що агенційники докладають максимум зусиль для надання аудиторії, а також іншим медіа

достовірної, кваліфікованої, повноцінної інформації щодо подій повномасштабної війни в Україні. Аналіз новин дає змогу стверджувати, що насиченість матеріалів аудіо та відео свідчить про конвергентність та мультимедійність як невід’ємні складові сучасних медіа.

#### Список літератури:

1. АрміяINFORM : Веб-сайт. URL: <https://armyinform.com.ua/> (дата звернення: 09.02.2024).
2. Богданьскі Р. Що таке інформаційна агенція і де її місце у світі медіа. URL: <http://elekcii.org/mam-wolnosc/co-to-jest-agencja-prasowa-i-jaka-jest-jejrozycja-w-swiecie-mediow> (дата звернення: 07.07.2022).
3. Гарматій О. Інформаційні агентства як об’єкт сучасних праць українських та зарубіжних дослідників. URL: <http://www.lsl.lviv.ua/wp-content/uploads/Zb/NDI2015/JRN/PDF/30.pdf> (дата звернення: 09.06.2021).
4. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. Львів : ПАІС, 2004. 268 с. URL: <http://toloka.to/t51516> (дата звернення: 03.06.2021)
5. Москаленко А. Теорія журналістики: навч. посіб. Київ : Експрес-об’ява, 2002. 334 с. URL: <http://toloka.to/t51639> (дата звернення: 03.06.2021)
6. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики. Ч. 1. Київ : НАУ, 2010. 32 с.
7. Недопитанський М., Карась М., Ільченко В. Уроки з журналістської практики: практ. посіб. Київ : Україна молода, 2010. 120 с.
8. Нестеряк Ю. Інформаційно-технологічний і творчий потенціал агенційної журналістики (вітчизняний і світовий досвід): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.01.08. «Журналістика». Київ, 2005. 21 с.
9. Сучасна агенційна журналістика / упоряд. В. Я. Миронченко. Київ : Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка, 2010. 124 с.
10. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн журналістики; пер. з нім. В. Климченко. Київ : Центр Вільної Преси; Академія Української Преси, 2014. 358 с.

#### **Shulzhenko A. S. INFORMATION LOAD OF MESSAGES OF THE SPECIALIZED AGENCY “ARMYINFORM”**

*The article is devoted to the structural and thematic analysis of the content of the information agency (further – IA) “ArmyInform”, which specializes in issues related to the army and military events. With the beginning of a full-scale war in Ukraine, IA enjoys popularity and authority among other media, as it attracts military experts, competent persons related to military matters, which has a positive effect on the quality of publications.*

*The article analyzes how publications are structured, what news is given priority on the main page of AI; it was established that the content of ArmyInform is characterized by convergence, since not only text and photo materials are covered on the website, in social networks and messengers, but also there is Army FM, which gives the opportunity to listen to news at any time and in any place, as well as Army TV – for watching stories.*

*As a result of the research, it was possible to analyse the sections of ArmyInform, and also to find that in addition to the main division of the material, on the main page we can see the thematic division of the material under hashtags, where the reader can easily and quickly find the information that interests him.*

*In addition, it was established that AI complies with the requirements for materials of information genres: informativeness, efficiency, relevance, social significance, truthfulness, factual accuracy, brevity, brevity, expressiveness, simplicity, clarity, decodability and relevance. This enables the audience to perceive and understand information about the events of the full-scale Russian-Ukrainian war without obstacles.*

*Therefore, the information agency “ArmyInform” presents and structures materials according to headings and hashtags, where, for the convenience of recipients, the most important and relevant publications are duplicated on the main page of the information agency. The information content of the materials shows that the media take into account the interests of the audience and provide them with reliable, qualified, full-fledged information about the events of the full-scale war in Ukraine.*

**Key words:** *information agency, information saturation of materials, decodability, relevance, originality.*

## УКРАЇНСЬКА МОВА

УДК 81'42

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/42>

**Сюта Г. М.**

Інститут української мови  
Національної академії наук України

### ВІЙСЬКОВІ ФЕМІНІТИВИ: АСИМЕТРИЧНІСТЬ ВЖИВАННЯ В ОФІЦІЙНО-ДІЛОВІЙ ТА МЕДІЙНІЙ ПРАКТИЦІ

*Статтю присвячено проблемам номінації військовослужбовців в українській мові у період повномасштабного вторгнення РФ до України. Особливу увагу приділено проблематиці мовної моди, перспективам розхитування мовної норми з огляду на особливості офіційно-ділової мови військової сфери та актуальних медійних практик. Здійснено дослідження чинних норм та рекомендацій нормативних документів щодо вживання назв посад військовослужбовців, інструкцій щодо впровадження гендерночутливої мови у діловодстві. Закцентовано на недотриманні авторами медіатекстів принципів послідовного вживання фемінативів, наявності мовних хитань у межах мінітексту. Наголошено на строкатості моделей творення фемінної лексики. На основі здійсненого моніторингу наявних інтернет-ресурсів виділено такі групи фемінної лексики на позначення військовослужбовців: розчленовані аналітичні номінації з маскулінізмами в генералізувальній функції, однослівні словотвірні фемінативи, конструкції синтаксичного узгодження з маскулінізмами в генералізувальній функції, розчленовані аналітичні номінації з фемінітивами. Зафіксоване активне вживання назв жінок за ознакою військової професії у медіа свідчить про руйнування наративів «патріархального мілітаризму» паралельно з послідовним впровадженням антидискримінаційних політик у силових структурах. Однак, названі зміни відбуваються у різних мовних сферах асиметрично, що пояснюється стилевими обмеженнями, зокрема, такими особливостями офіційно-ділового стилю, як герметичність та консервативність. Спостережені тенденції свідчать про поступове визнання внеску жінок у військову сферу та формування гендерної рівності в мовній практиці. Тиск мовної норми, непослідовність вживання фемінативів може призвести до стилістичної неузгодженості. Важливим є питання уніфікації стилевих підходів для досягнення консистентності в мовній практиці.*

**Ключові слова:** фемінітив, варіантність номінації, офіційно-ділова практика, медійна практика, стильова норма, гендерно коректна комунікація.

**Постановка проблеми.** Загострений інтерес українського суспільства до проблеми фемінітивів, як і фемінітивізація сучасної української різностильової і різножанрової практики загалом – це не тільки наслідок гендерного зламу суспільної свідомості чи руйнування стереотипів щодо соціальної ролі жінки та її «вирівнювання» на шкалі соціальної значущості з чоловіком, переосмислення патернів жіночої поведінки, способів самореалізації тощо. Не останню роль у цих процесах відіграють також мовний смак і мовна мода.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Згідно з теорією С. Я. Єрмоленко, ці соціо- та лінгвокультурні поняття категоризують чинники збереження / динамізації літературного стан-

дарту, устійнення / розхитування норми, впливу на культуромовний рівень соціуму. Під тиском моди «новітні назви осіб жіночої статі <...>, що до сьогодні так чи так нормативно ідентифікували жіночу стать, на даному етапі розвитку його мовомислення як, умовно кажучи, «невдалі», перестали влаштовувати українськомовне суспільство (чи його окремі верстви)» [1, с. 89]. Зокрема й тому, що, на думку багатьох мовців, не вповні задовольняють сучасні запити щодо гендерно чутливої комунікації, гендерно коректної мовної поведінки тощо. При цьому не завжди належно враховується той факт, що у мові дотримання цієї гендерної коректності й толерантності аж ніяк не обмежене фемінітивами. Крім них, як слушно констатують

дослідники (А. Архангельська, М. Брус, К. Горденська, Є. Карпіловська, Л. Кислюк, Т. Космеда та ін.), «українська мова має систему нормативних засобів, за допомогою яких у разі потреби може бути ідентифікована стать жіночого референта. У такій ролі виступають численні усталені станом на сьогодні однослівні стилістично нейтральні словотвірні фемінативи (*дисертантка, дослідниця, студентка, працівниця* тощо) та маскулінізми у генералізувальній функції, використання яких породжує розчленовані аналітичні номінації (*жінка-пілот*) та факти синтаксичного узгодження (*директор прийшла, молода директор*)» [1, с. 89].

З іншого боку, реальність війни, активна участь жінок у процесах захисту України й протистояння ворогові додатково актуалізують проблему вживання фемінитивів у мові війни і текстах про війну, їх творення за нормативними моделями та використання відповідно до стильових норм.

**Постановка завдання.** Мета цієї статті – простежити асиметричність вживання фемінитивів в офіційно-діловій практиці військової сфери та медійних текстах військової тематики.

**Виклад основного матеріалу.** Нормативність моделей творення фемінитивів, зокрема й тих, що актуальні для військової сфери, чітко виписані в § 32, п. 4 «Українського правопису» 2019 року: «За допомогою суфіксів **-к-**, **-иц-(я)**, **-ин-(я)**, **-ес-** та ін. від іменників чоловічого роду утворюємо іменники на означення осіб жіночої статі. Найуживанішим є суфікс **-к-**, бо він поєднуваний з різними типами основ: *авторка, дизайнерка, директорка, редакторка, співачка, студентка, фігуристка* та ін. Суфікс **-иц-(я)** приєднуємо насамперед до основ на **-ник**: *верстальниця, набірниця, порадиниця* та **-ень**: *учениця*. Суфікс **-ин-(я)** сполучаємо з основами на **-ець**: *кравчійня, плавчійня, продавчійня*, на приголосний: *майстрійня, філологійня; бойкійня, лемкійня*. Суфікс **-ес-** рідковживаний: *дияконеса, патронеса, поетеса*» [10, с. 39–40].

Необхідно враховувати, що офіційно-ділова мова – достатньо герметична за своєю природою, вона повільно сприймає фемінитивні новації, а механізми й стратегії гендерного стандартування мови теж поки що тільки на етапі активного розпрацювання. Як наслідок, в офіційно-діловій практиці військової сфери (як і інших сфер суспільної діяльності) фемінитиви ще не кодифіковані як єдина граматична норма, а залишаються рекомендованим варіантом. Нормативні форми назв жінок за професіями і посадами зафіксовано у національному «Класифікаторі професій України» (зміни до нього Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України нака-

зом № 1574 від 18 серпня 2020 року) [6], а також у кількох галузевих словниках [3; 8; 9], зокрема й у «Словничку фемінитивів для прес-офіцерів та прес-офіцerek територіальних управлінь Державної служби України з надзвичайних ситуацій» (Київ, 2018). Ці джерела ретроспективно відбивають наслідки активного кількостевого періоду реформ, пов'язаних зі становищем жінок в армії: істотного розширення переліку посад рядового, сержантського і старшинського складу для жінок, що було здійснено спеціальним наказом Міністерства оборони України у 2016 році; дозвіл офіцерам-жінкам служити на кораблях і підводних човнах у 2017 році; ухвалення закону «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення рівних прав і можливостей жінок і чоловіків під час проходження військової служби у ЗСУ та інших військових формуваннях» у 2018 році, яким було помітно збільшено перелік посад для жінок (відкрили близько 60 бойових посад) (<http://surl.li/hawit>. Дата запити 30 серпня 2022); зняття обмежень щодо призначення жінок на офіцерські посади, зокрема й у військових частинах спеціального призначення, у 2020 році.

Проартикульовану вище тезу про герметичність офіційно-ділової мови підтверджує оприлюднена 16 квітня 2024 року на сайті Міністерства оборони України інформація про впровадження «Інструкції щодо застосування гендерно чутливої мови», яка застосовуватиметься в МОУ, Збройних Силах України, Державній спеціальній службі транспорту та розвідувальному органі Міністерства оборони (<http://surl.li/svgpa>. Дата запити 16.04.2024). При цьому заступник Міністра оборони України Н. Калмикова окремо наголосила на тому, що **для військових звань фемінитиви застосовуватися не будуть** [графічно виділено нами – Г. С.].

Абсолютно суголосної позиції дотримується в царині вживання фемінитивів споріднена із МОУ силова структура – Міністерство внутрішніх справ. Визнаючи слушність рекомендацій щодо потреби застосування норм нової редакції правопису в усіх сферах суспільного життя, в МВС вважають, що в їхній офіційно-діловій практиці пріоритетними для називання посад, професій і звань є іменники чоловічого роду, оскільки «ці слова вживаються для позначення чоловіків та жінок і підкреслюють не стать людини, а її службове і соціальне становище. Що стосується використання в написанні нормативно-правових документів, то, згідно з установленою офіційно-діловою етикою, прийнято вживати слова в чоловічому роді, що ніяким чином не дискримінує права жінки» (<http://surl.li/svgto>).

На цьому тлі повільного «призвичаювання» офіційно-ділової практики силових структур до фемінітивної мовної культури, помітною є готовність максимально вживати найрізноманітніші фемінітивні утворення в усних і писемних текстах найрізноманітніших видань та інфомагенцій – і національного рівня, і регіональних.

Наші спостереження за текстами онлайнних джерел загальнонаціонального рівня багато в чому сумірні із результатами мовного моніторингу регіональних інтернет-ресурсів, здійсненого працівниками Інституту демократії ім. Пилипа Орлика (<http://surl.li/svgwy>). Зокрема, можна аргументовано стверджувати, що медіатекстах 2022–2023 рр., які розповідають про жінок у контексті війни, жінок, які служать у лавах ЗСУ, беруть участь у військових операціях або причетні до військової сфери, стрижневими одиницями мовоопису є фемінітиви *військовослужбовиця, захисниця, медикіня, речниця (Сил оборони), заступниця Міністра оборони України, командирка, артилеристка, снайперка, волонтерка*. Менш активно, однак теж показово зафіксовано назви військових звань *офіцерка, генералка, полковниця, сержантка*, назви посад *командирка*, назви професій і роду занять *десантниця, навідниця*.

Щодо фемінітивів – назв військових звань медійна практика засвідчує повний арсенал актуальних, традиційних для української мови граматичних засобів ідентифікації та маркування жіночої статі, демонструє продуктивні зразки нормативного фемінітивного словотворення [Карпіловська та ін. 2017, с. 381–382; Кислюк 2018, с. 365]. Зокрема це:

– однослівні словотвірні фемінітиви – *генералка, полковниця, сержантка, офіцерка, солдатка*, пор.: *Від кухарок до генералок: жінки в армії відвойовують своє* (<https://censor.net/ua/b3392402>. Дата запиту 10.01.2023); *Вже зараз чимало дівчат навчаються у профільних ВНЗ, скоро вони отримають офіцерські звання. І далі буде кар'єрний ріст. Тому в перспективі Україна може отримати чимало генералок* (<https://censor.net/ua/b3392402> Дата запиту 10.01.2023); *2021-го в ЗСУ з'явилася перша жінка бригадна генералка ... Тетяна Остаценко* (<http://surl.li/hawit>. Дата запиту 30.09.2022); 3 нагоди Дня захисників і захисниць України Президент Володимир Зеленський вручив орден «За мужність» III ступеня 27-річній сержантці із Канева Кролівець Верона (<http://surl.li/svgyl>. Дата запиту 2.10.2023); *Жінка в сучасній українській армії – це передусім солдатка або офіцерка, яка ціною*

*власної безпеки захищає від небезпеки кожного з нас* (<https://censor.net/ua/b3392402> Дата запити 10.01.2023); *Цього року дівчатам дозволили вступати до військових ліцеїв, – зауважила офіцерка* (<http://surl.li/svgzfl>);

– розчленовані аналітичні номінації з фемінітивами – *жінка-генералка, жінка-полковниця, жінки-офіцерки* (у таких слововживаннях вбачаємо надлишкове дублювання ознаки жіночої статі), пор.: *В історії України у нас лише три жінки-генералки* (<http://surl.li/hawit>. Дата запити 30.09.2022); *Наприклад, якщо 2001 року жінки-офіцерки становили 0,7 % від усього офіцерського складу, то 2006 року це було вже 2,25 %* (<http://surl.li/hawit>. Дата запити 30 серпня 2022);

– розчленовані аналітичні номінації з маскулінізмами в генералізувальній функції – *жінка-генерал, жінка-полковник, жінки-офіцери*, пор.: ... *жінкою-полковником* стати значно важче, бо керівники можуть віддавати перевагу кар'єрному зростанню чоловіків (<http://surl.li/svhbg>. Дата запити 10.11.2022); ... *у кілька разів зросла кількість жінок-офіцерів, які навчаються в Національному університеті оборони імені Черняхівського* (<http://surl.li/svhbv>);

– конструції синтаксичного узгодження з маскулінізмами в генералізувальній функції – *лейтенант готова повернутися*, пор.: *лейтенант Альона Павлова-Федченко два місяці, як у декретній відпустці, – нещодавно вона вже вчетверте стала мамою. Щойно її маленька донечка стане самостійною, готова знову повернутися на службу до виконання бойових завдань на українському сході* (<http://surl.li/svhcl>. Дата запити 8.03.2020).

Прикметно, що на офіційному ресурсі Міністерства оборони військові звання, а також посади не фемінітивізовані, як це й передбачено нормами офіційно-ділової практики: *Зацікавленість присутніх викликав виступ представниці Командування Повітряних Сил – начальника групи військово-соціальної роботи УМПЗ КПС підполковника Ангеліни Кушнір. Вона зауважила, що Міністерство оборони розпочало активно просуватися у напрямку забезпечення жінкам перспективи кар'єрного зростання відповідно до рівня їхньої освіти, досвіду та результатів службової діяльності* (<http://surl.li/svhjv>. Дата запити 24.01.2020). Достатньо часто цю традицію зберігають і медіатексти: *У 2018 році першою українокою, яка отримала звання генерал-майора медичної служби, стала начальник Військово-медичного управління СБУ Людмила Шугалей. У 2020 році Володимир Зеленський присвоїв звання генерал-*

*майора працівниці СБУ Юлії Ланутиній* (<http://surl.li/hawit>. Дата запиту 30.09.2022); *Ви ж не залишите маму, коли та хворіє?! От і Україна, яка є нашою спільною мамою, нині переживає недугу. Її мучать не лише окупанти, а й ті «свої», хто підспівує московітам, – говорить старший сержант Вероніка із псевдо «Глюкоза»* (<http://surl.li/svhkd>. Дата запиту 20.05.2021); *У Київському ліцеї імені Івана Богуна вже навчаються 20 дівчат, командиром взводу яких є бойовий офіцер молодший лейтенант Юлія Микитенко* (<http://surl.li/svhbv>); *Орден Богдана Хмельницького III ступеня молодшому лейтенантові медичної служби Аліні Михайловій – коханій загиблого військовослужбовця Дмитра Коцюбайла (Да Вінчі)* (<http://surl.li/svhlb>. Дата запиту 14.03.2023); *Присутність тендітної білоосої жінки з охайною зачіскою і легким макіяжем на війні – справжній розрив шаблонів для більшості бійців. Побратими до неї звикли і дуже пишаються, що служать пліч-о-пліч з такою красунею та бойовим офіцером* (<https://2plus2.ua/novyny/ulavah-zsu-zuavilasyaukrainska-lara-kroft-23-richna-krasunya-rozprovilayak-stala-strilcem> Дата запиту 30.07.2022).

Для підсумування проілюстрованої строкатості моделей фемінітивів за ознакою військового звання слухним, на нашу думку видається твердження А. Архагельської: «Варіанти фемінізованих позначень жінки є функційно й комунікативно рухомими, мобільними, і їх використання мало би зумовлюватися комунікативними намірами мовця, залежати від сфери і стилю спілкування, проте поки що воно скоріше позначене світоглядними, ідеологічними, зокрема й гендерними, а не мовними пріоритетами» [1, с. 94].

Багатокомпонентний ряд граматично різноструктурних фемінітивних кодериватів об'єднаний архісемою 'жінка, яка служить у Збройних силах України', – *військовослужбовиця, жінка-військовослужбовиця, жінка-військовослужбовець, військова, жінка-військова, жінка-воїн*. Пор.: *Військовослужбовиця 28 ОМБР <...> тижнями оббивала пороги військкомату, щоб її взяли до армії. Хотіла потрапити до десантно-штурмових військ, але дівчині відмовили, мовляв, зі зростом 156 см і вагою 35 кілограмів їй там не місце* (<http://surl.li/svhlq>. Дата запиту 14.10.2020); «В інформаційному полі зараз дуже багато інформації про *військовослужбовиць*. Жіноцтво в армії певною мірою культивується <...>. Водночас на бойових посадах жінок меншість», – *каже Катерина* [Катерина Приймак] (<http://surl.li/svhbg>. Дата запиту 10.11.2022); *В українському сус-*

*пільстві військовослужбовицю вже сприймають спокійно і без зайвого пафосу, не як феномен – а як фахову професіоналку* (<http://surl.li/svhmv>. Дата запиту 21.01.2021); *Нині в армії проходить службу й працює понад 58 тисяч жінок на різних спеціальностях. Більше 30 тисяч з них – це військовослужбовиці* (<http://surl.li/svhmv>. Дата запиту 21.01.2021); «Ми прагнемо підняти оперативну ефективність за рахунок якісних умінь і навичок *жінок-військовослужбовиць*<...>», – сказав Сергій Наєв, Командувач Об'єднаних сил Збройних Сил України (<http://surl.li/svhog>. Дата запиту 23.09.2021); *В українській армії чимраз більшу роль відіграють жінки-військовослужбовиці – навіть у її бойових підрозділах* (<http://surl.li/svhow>. Дата запиту 12.02.2022); *Замість підкреслювання оцієї готовності та мобільності до бою солдатів обох статей, зокрема жінок-військових – образ жінки-військової подається в цілком небойовому дусі. <...> Саме такий сенс свідомо чи несвідомо закладається в жінку-військову, якщо її змушують крокувати у формі на лакованих підборах головною вулицею країни на річницю Незалежності держави* (<http://surl.li/svhpe>. Дата запиту 08.07.2021); *За даними Міністерства оборони, жінок-військових в ЗСУ нині близько 40 тисяч* (<https://censor.net/ua/b3392402>. Дата запиту 10.01.2023); *ТМ "Anabel Arto" до Дня захисника України ініціювали соціальний проєкт "Жінка-Воїн в першу чергу Жінка". Його мета звернути увагу суспільства до жінок-воїнів, жінок фронту, які на рівні з чоловіками виконують військові обов'язки, але часто залишаються без уваги* (<http://surl.li/svhlq>. Дата запиту 14.10.2020); *2017 року Валерія Бурлакова повернулася з фронту. З війни її забрав син. Тимуру – рік і три місяці. Він, як справжній син жінки-воїна, мужньо витримує всі мамині зустрічі, презентації, пресконференції* (<http://surl.li/svhpx>. Дата запиту 6.12.2019)

Чіткішу структурну послідовність засвідчують у мові українських масмедіа слововживання захисниця (зафіксований у СУМ [Т. III, с. 379], однак у сучасних умовах розвинув нове значення), неофемінітиви ветеранка, волонтерка. Пор. *Що готові захищати Батьківщину зі зброєю в руках, жінки довели і в 2014-ому, і в 2022-ому. Але між цими роками багато що змінилося. Захисниця побільшала, й ставлення до них в суспільстві в армії змінилося на краще* (<https://censor.net/ua/b3392402>. Дата запиту 10.01.2023); *У 2014 році волонтерка Яна Зінкевич заснувала медичний батальйон «Госпітальєри», найвідоміший*

волонтерський медичний батальйон, який брав участь у всіх найзапекліших боях 2014–2016 років (<http://surl.li/svhog>. Дата запиту 23.09.2021); Жінки просили засоби гігієни, шампуні, фени, антиперспіранти, гелі та мило. Такі списки ми отримували не від усіх підрозділів, але в деяких попит на це все ж є, – зауважує **волонтерка** (<http://surl.li/svhbg>. Дата запиту 10.11.2022); **Ми приїхали на центр розподілення, там була жінка, старша за мене, ветеранка АТО й ООС.** (<http://surl.li/svhs1>).

Постульованим у новітніх нормативних документах, яким є згадана вже вище «Інструкція щодо застосування гендерно чутливої мови» (<http://surl.li/svgra>), прагненням до гендерної толерантності й настанова на впровадження гендерно чутливої мови у війську можна пояснити показове для напівофіційної військової комунікації вживання словосполук – поєднань фемінітива і маскулінітива. Зазвичай вони сполучені єднальним сполучником *і, та, й*, або ж розділовим *чи*. Наприклад: *У суспільстві і досі існують потужні стереотипи щодо сучасних захисниць і захисників. Зокрема, щодо того, хто нас захищає. <...> майже третина населення досі не усвідомлює, що ветеран чи ветеранка – це вчорашній захисник чи захисниця, часто дуже молодий.* (<https://sensor.net/ua/b3392402>); *...крокування ветеранів і ветеранок досі незакінченої війни зустрічали захоплено та з подякою* (<http://surl.li/svhtk>. Дата запити 08.07.2021). Такий спосіб «доляння гендерних стереотипів» релевантно відбиває особливості не тільки медійного, а й офіційно-ділового мовомислення. Достатньо згадати, що 2021 року назву Дня захисника України було змінено на *День захисників і захисниць України*. Також макрерним для суспільства може слугувати той факт, що Президент України у своїх промовах систематично й послідовно звертається до *захисників і захисниць, волонтерок і волонтерів*.

Заради об’єктивності й граматичної коректності окреслення «фемінітивної ситуації» в мові сучасних українських медіа варто наголосити, що не всі автори текстів дотримуються принципу послідовного вживання чи невживання (ігнорування) фемінітивів. Відтак в межах одного речення або ж мінітексту спостерігаємо фемінітивні хитання: *Тепер жінка в армії може займати майже будь-яку бойову посаду. В Україні уже є чимало артилеристок, керівників гармат, снайперок. Є навіть інструкторки з глибоководного дайвінгу* (<https://sensor.net/ua/b3392402> Дата запити 10.01.2023); *Вона [жінка – Г. С.] також має право обирати, ким їй бути – кухаркою, психологом чи снайпер-*

*кою* (<https://sensor.net/ua/b3392402> Дата запити 10.01.2023); *Вона вчилася на перекладача англійської та німецької мов, працювала брендменеджером фармакологічної фірми. Без вагань молода дівчина відмовилася від мирного життя і стала розвідницею штурмової групи батальйону «Айдар»* (<http://surl.li/svhpx>. Дата запити 6.12.2019); *Ірина Іванюш – ветеранка, доброволець, учасниця російсько-української війни. Медсестра, яка врятувала десятки життів, а після підірвалася на міні та втратила дві ноги та пошкодила око* (<https://life.pravda.com.ua/society/2020/10/14/242686> Дата запити 14.10.2020); *Незалежно від віку та військового досвіду, на перший погляд – тендітні жінки, які в мирному житті були науковцями, журналістками, перекладачками й т.ін., виносили на своїх плечах бойових товаришів з поля бою, були відмінними снайперами, ходили у розвідку* (<http://surl.li/svhpx>. Дата запити 6.12.2019). Одна із ймовірних причин таких хитань – сумнів авторів у граматичній коректності, естетичній сприйнятності того чи того фемінітива, чутливість до потенційних лексичних лакун в арсеналі назв жінки за ознакою професії, роду занять тощо. Також – непризвичаєність до певного словживання, надто ж якщо на втора «тисне» стильова норма офіційного-ділової комунікації. Це ймовірна причина появи стилістично й граматично неоднорідних текстів, коли, наприклад, посада, фах, спеціальність, здібності жінки вербалізовані фемінітивом, а військове звання – традиційно іменником чоловічого роду, пор.: *Раніше вона [Любов Плаксюк – Г. С.] працювала вчителькою історії, але у 2016 році вступила до лав ЗСУ. Жінка пройшла шлях від радіотелефоністки до командирки відділення управління. ... Встигла повоювати на сході та здобути звання молодшого лейтенанта* (<http://surl.li/svhur> Дата запити 27.05.2022); *Жінки можуть бути ефективними лідерками та офіцерами, – сказав Сергій Наєв, Командувач Об’єднаних сил Збройних Сил України* (<http://surl.li/svhog>. Дата запити 23.09.2021).

Руйнування наративів “патріархального мілітаризму” засвідчують активно вживані в сучасних медійних текстах найрізноманітніші назви жінок за ознакою військової професії – *снайперка, піхотинка, кулеметниця, стрільчиня, мінометниця, гранатометниця аеророзвідниця, дронщиця, пармедикія та ін.* Пор.: *Снайперка Емеральд відповіла, чи повернеться на фронт після пологів* (<http://surl.li/svhvu>. Дата запити 5.03.2023); *...нині українські жінки беруть участь у всіх аспектах дій на фронті. Вони живуть у підрозділах як*



**волонтерки, служать бойовими медикнями, піхотинками, снайперками, кулеметницями.** <...> Співачка й ведуча Анастасія Шевченко, відома під псевдонімом «Стасік», після 24 лютого повернулася до лав ЗСУ – 2014 року вона була **стрільчиною-санітаркою та інструкторкою** із само- і взаємодопомоги (<http://surl.li/svhog>. Дата запити 23.09.2021); Валерія Бурлакова – **ветеранка** російсько-української війни, **журналістка, мінометниця**. Спочатку їздила на фронт як кореспондент, але згодом приїхала писати репортаж у Піски, і залишилася у добровольчому підрозділі "Карпатська Січ" (<https://life.pravda.com.ua/society/2020/10/14/242686>. Дата запити 14.10.2020); У 2015 році у відповідь на виклики, що поставали перед жінками, виник рух «Невидимий батальйон», серед засновниць якого – **аеророзвідниця** Марія Берлінська (<http://surl.li/svhog>. Дата запити 23.09.2021); Також вона [Рина Тишко] наголосила, що мала досвід спілкування з **аеророзвідницями**, які вимушені одягати бронезилети, що не підходять їм за розміром та параметрами, оскільки інших варіантів просто немає (<http://surl.li/svhus>); ...**треба розуміти, що ти там** [на фронті – Г. С.] **запропонуєш. І перше запитання, яке тобі ставлять: «Привіт, ти хто? Парамедик чи дрониця?»**. Тому зараз є такі два найреальніші шляхи. Ти **парамедикня**, знаєшся на аеророзвідці, умієш керувати дронами – значить, їдеш на передову. Є ще третій шлях – **дівчата-снайперки** (<http://surl.li/svhyi>. Дата запити 08.05.2023); ...**командир підбирає особовий склад не за принципом жінка-чоловік, а лише за професійними якостями. Якщо жінка хоче бути водоласкою,**

**спецпризначенкою, морською піхотинкою, вона може це зробити, якщо відповідає рівню фізичної й професійної підготовки.** (<http://surl.li/svhmv>. Дата запити 21.01.2021); ...**є чимало живих ветеранок, учасниць бойових дій майже всіх військових спеціальностей у різних родах військ – від бойових медиків до кулеметниць, гранатометниць, розвідниць, стрільчинь зенітних установок, командирок бойових взводів. Їхні історії відомі й оприлюднені. Деякі з таких жінок загинули** (<http://surl.li/svhtk>. Дата запити 08.07.2021); **За контрактом вона двічі по три роки служила кулеметницею-гранатометницею** (<http://surl.li/svhyi>. Дата запити 08.05.2023); ... **моя офіційна посада – водійка. Мене настільки не хочуть бачити на посаді стрільчині, хоча я і виконую всі стрілецькі функції** (<http://surl.li/svhyi>. Дата запити 08.05.2023). Прикметна стильова ознака більшості наведених ілюстрацій – не одиничне, а каскадне вживання фемінітивів, що підтверджує їх текстотвірну актуальність та органічність для сучасної медіапрактики.

**Висновки із дослідження і перспективи в цьому напрямку.** Кардинальна зміна національної політики та ідеології сприймання й адекватного оцінювання жінки як дієвої одиниці Збройних сил України в час війни релевантно рефлексує у мові кратним збільшенням кількості військових фемінітивів та їх активним входженням у сучасну мовну практику і в мовну свідомість українців, а отже – засвідчує формування й утвердження гендерної культури в мові. При цьому асиметрія вживання цих одиниць в офіційно-діловій практиці і в мові медіа ще дуже помітна.

#### Список літератури:

1. Архангельська А. М. *Femina cognita*. Українська жінка у слові й словнику. Київ, 2019.
2. Брус М.П. Фемінітиви в українській мові: генеза, еволюція, функціонування : монографія. Івано-Франківськ, 2019. 440 с.
3. Вебсловник жіночих назв української мови / укладачка О. Синчак; наук. ред. Ганна Дидик-Меуш; науковий консультант В. Старко. Львів, 2022. [https://r2u.org.ua/html/femin\\_details.html](https://r2u.org.ua/html/femin_details.html)
4. Карпіловська Є. А., Кислюк Л. П., Клименко Н. Ф., Критська В. І., Пуздирева Т. К., Романюк Ю. В. Вплив суспільних змін на розвиток української мови: Монографія / за ред. Є. А. Карпіловської]. Київ, 2017.
5. Кислюк Л. П. Сучасна українська словотвірна номінація: ресурси та тенденції розвитку : монографія. Київ, 2017.
6. Класифікатор професій України ДК 003: 2005. Харків, 2006.
7. Космеда Т.А. Сучасний стан розробки гендерної проблематики в Україні // Гендерна лінгвістика в Україні: історія, теоретичні засади, дискурсивна практика. Харків – Дрогобич: Коло, 2014, С. 59–92.
8. Словник фемінітивів. <https://genderid.org.ua>
9. Плачинда Г. Словничок фемінітивів для прес-офіцерів та прес-офіцерок територіальних управлінь Державної служби України з надзвичайних ситуацій. Київ, 2018. [https://www.wicc.net.ua/media/Slovnuk\\_fem.pdf](https://www.wicc.net.ua/media/Slovnuk_fem.pdf)
10. Український правопис / Нац. акад. наук України ; ред. Є. І. Мазніченко, В. Є. Македон, С. В. Шарбанова. Київ : Наукова думка, 2019. 390, [1] с.

**Siuta G. M. MILITARY FEMINITIVES: ASYMMETRY OF USAGE IN OFFICIAL AND MEDIA PRACTICE**

*The article is about the problems of naming servicewomen in the Ukrainian language during the period of the Russian Federation's full-scale invasion of Ukraine. Special attention is paid to the problems of language trends, the prospects of loosening the language norm in view of the peculiarities of formal language of the military sphere and current media practices. A study of the current norms and recommendations of regulatory documents regarding the use of job titles of female military personnel, instructions for the implementation of gender-sensitive language was carried out. The author emphasized on problem of non-consistent use of the principles of feminatives by the authors of media texts, the presence of language fluctuations within the minitext. Accent is placed on feminine vocabulary models of creation variety. On the basis of the monitoring the available Internet resources, the following groups of feminine vocabulary were selected for the designation of female military personnel: disarticulated analytical nominations with masculinisms in the generalizing function, one-word word-forming feminatives, constructions of syntactic agreement with masculinisms in the generalizing function, disarticulated analytical nominations with feminatives. The mentioned active use of women's names according to the military profession in the media indicates the destruction of the narratives of "patriarchal militarism" in parallel with the consistent implementation of anti-discrimination policies in the power structures. However, these changes occur asymmetrically in different linguistic spheres, which is explained by stylistic restrictions, in particular, features of official business style, such as tightness and conservatism. The observed trends indicate the gradual recognition of the contribution of women to the military sphere and the formation of gender equality in language practice. The pressure of the language norm, the inconsistency of the use of feminatives can lead to stylistic inconsistency. The unification of stylistic approaches to achieve consistency in language practice is crucial.*

**Key words:** *feminative, nomination variety, formal language practice, media practice, style norm, correct gender communication.*

## Відомості про авторів

**Абрамович С. Д.** – доктор філологічних наук, професор, академік Національної академії наук вищої освіти України, професор кафедри слов'янської філології та загального мовознавства Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

**Алієва Т.** – директор відділу обробки документації Інституту літератури імені Нізамі Гянджеві Національної академії наук Азербайджану (Азербайджан)

**Алієва Ш. Ш.** – кандидат філологічних наук, Інститут літератури імені Нізамі Гянджеві Національної академії наук Азербайджану (Азербайджан)

**Бабасой У. А.** – доцент кафедри мов та літератури Університету Хазар (Азербайджан)

**Бадіон С. В.** – асистент кафедри кіно- і телемистецтва Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**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»

**Білан Н. І.** – доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**Білошицька З. А.** – старший викладач кафедри педагогічних технологій та мовної підготовки Державного університету «Житомирська політехніка»

**Біляк І. В.** – викладач кафедри теоретичної та прикладної лінгвістики Державного університету «Житомирська політехніка»

**Герасименко Н. В.** – кандидат філологічних наук, старший науковий співробітник Відділу української літератури ХХ ст. та сучасного літературного процесу Інституту літератури імені Т. Г. Шевченка Національної академії наук України

**Герасимович В. А.** – кандидат політичних наук, старший викладач кафедри соціальних комунікацій Маріупольського державного університету

**Горбенко Г. В.** – кандидат педагогічних наук, доцент, декан факультету журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

**Грушевська Ю. А.** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики Національного університету «Одеська юридична академія»

**Гудзь А. В.** – викладач кафедри військової журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**Гулієва С. Х.** – докторант Інституту рукописів імені Мухаммада Фізулі Національної академії наук Азербайджану (Азербайджан)

**Дяченко О. В.** – викладач кафедри української мови Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

**Ельсаєд І. Ф. А.** – докторант кафедри азербайджанської лінгвістики Бакинського державного університету (Азербайджан)

**Заярна І. С.** – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри східнослов'янської філології та інформаційно-прикладних студій Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**Зінчук Р. С.** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови та лінгводидактики Волинського національного університету імені Лесі Українки

**Кириленко Н. І.** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови і літератури Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

**Коваль С. В.** – старший викладач кафедри журналістики, реклами та PR-технологій Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

**Колкутіна В. В.** – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри журналістики Національного університету «Одеська юридична академія»

**Костромницький Р. І.** – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій Бердянського державного педагогічного університету

**Кулінська Я. І.** – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри мовної підготовки Національного медичного університету імені О. О. Богомольця

**Кучеренко А. О.** – кандидат філологічних наук, асистент кафедри мов і літератур Близького та Середнього Сходу Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**Лазірко Н. О.** – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри зарубіжної літератури та політики Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка

**Ленська С. В.** – доктор філологічних наук, професор кафедри української літератури Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка

**Літвінчук І. С.** – кандидат юридичних наук, асистент кафедри журналістики Національного університету «Одеська юридична академія»

**Лухіна М. Ю.** – старший викладач кафедри української мови Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

**Мамедова Е. Е.** – відділ літератури Азербайджану та зарубіжних країн Сумгаїтського державного університету (Азербайджан)

**Мединська О. Я.** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

**Моклиця Г. В.** – аспірантка кафедри теорії літератури та зарубіжної літератури Волинського національного університету імені Лесі Українки

**Науменко Л. М.** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури Державного податкового університету

**Науменко Н. В.** – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри іноземних мов професійного спрямування Національного університету харчових технологій

**Нестеренко О. О.** – кандидат філологічних наук, асистент кафедри мов і літератур Далекого Сходу та Південно-Східної Азії Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**Нетреба М. М.** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

**Нетреба М. М.** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

**Омельченко М. В.** – аспірант 2 року навчання кафедри «Могилянська школа журналістики» Національного університету «Києво-Могилянська академія»

**Подковиркоф Н. Т. С.** – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри іноземних мов професійного спрямування Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

**Поліщук Л. Б.** – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри прикладної лінгвістики, зарубіжної літератури та журналістики Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

**Римар Н. Ю.** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри славистичної філології, педагогіки та методики викладання Білоцерківського національного аграрного університету

**Савчук Р. Л.** – кандидатка філологічних наук, доцентка кафедри журналістики Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

**Салтан В. Л.** – аспірант кафедри української філології та журналістики Центральноукраїнського державного університету імені Володимира Винниченка

**Самадова У.** – головний науковий співробітник відділу «Схід-Захід» Інституту сходознавства імені академіка Зії Буніятова Національної академії наук Азербайджану (Азербайджан)

**Слюсаренко К. В.** – кандидат економічних наук, доцент, директор Інституту управління та бізнес освіти Державного університету економіки і технологій

**Соломка П. І.** – магістр кафедри видавничої справи та редагування Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

**Субота І. В.** – аспірантка кафедри «Могилянська школа журналістики» Національного університету «Києво-Могилянська академія»

**Сюга Г. М.** – доктор філологічних наук, старший науковий співробітник, провідний науковий співробітник відділу стилістики, культури мови та соціолінгвістики Інституту української мови Національної академії наук України

**Ужанська Т. І.** – старший викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

**Філюк Л. М.** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри суспільних наук Одеського національного медичного університету

**Фісенко Т. В.** – кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент кафедри видавничої справи та редагування Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

**Хлистун І. В.** – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри прикладної лінгвістики, зарубіжної літератури та журналістики Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

**Цапок О. М.** – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики, реклами та PR-технологій Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

**Чекарева Є. С.** – доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри історії зарубіжної літератури і класичної філології Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

**Черниш О. А.** – кандидат філологічних наук, доцент, декан факультету педагогічних технологій та освіти впродовж життя Державного університету «Житомирська політехніка»

**Чернявська С. М.** – кандидат історичних наук, доцент, завідувачка кафедри української мови Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

**Шевчук Г. І.** – слухачка секції журналістики Малої академії наук учнівської молоді Івано-Франківської міської ради

**Шульженко А. С.** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри соціальних комунікацій Бердянського державного педагогічного університету

**Шульська Н. М.** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри соціальних комунікацій Волинського національного університету імені Лесі Українки

**Якименко В. Е.** – магістрант Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

Науковий журнал

**ВЧЕНІ ЗАПИСКИ**  
**ТАВРІЙСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**  
**ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО**

**Серія: Філологія. Журналістика**

Том 35 (74) № 1 2024

Частина 2

Коректура • *Н. Пирог*

Комп'ютерна верстка • *С. Калабухова*

Адреса редакції:

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

м. Київ, вул. Івана Кудрі, 33

Електронна пошта: [editor@philol.vernadskyjournals.in.ua](mailto:editor@philol.vernadskyjournals.in.ua)

Сторінка журналу: [www.philol.vernadskyjournals.in.ua](http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua)

Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсетний. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 30,58. Ум. друк. арк. 32,08. Зам. № 0424/250

Підписано до друку 26.04.2024. 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](mailto:mailbox@helvetica.ua)

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 7623 від 22.06.2022 р.