

**Супрун В. М.**

Національний університет водного господарства та природокористування

## УКРАЇНСЬКА ПІСНЯ ПЕРІОДУ ВІЙНИ ЯК СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ФЕНОМЕН

*У статті йдеться про соціокомунікаційні характеристики української пісні періоду війни. З'ясовано, що пісня налагоджує передачу закодованої відповідною ритмомелодикою соціально накопиченої інформації як у синхронічному вираженні в межах національної спільноти, так і в діахронії, забезпечуючи поколінний зв'язок та комунікативно фіксуючи історичні факти й події. Тому завдяки когнітивним механізмам пісні, яка легко запам'ятовується й поширюється, реалізується комунікаційна модель трансмісії соціокультурної, історичної та іншої інформації.*

*Встановлено, що боротьба українців за своє існування на рідній землі ідейно трансформувала пісенно-музичний ринок із суто естетично-розважального до ціннісно-прагматичного, що призвело до комунікаційних змін управління свідомістю масової аудиторії через музичне мистецтво й детермінувало появу соціокомунікаційного феномену пісні періоду російсько-української війни. Українська пісня періоду війни стає справді соціокомунікаційним феноменом, інформаційний потенціал якого являє собою ментальний код комунікації в обміні інформацією про героїзм і незламність української нації в протистоянні зі злом.*

*Доведено, що соціокомунікаційна модель трансмісії поетично-музичних смислів полягає в реалізації української піснею періоду війни специфічних комунікаційних функцій: національно-промоційна функція полягає в поширенні й донесенні до світу об'єктивної картини багатостраждальної України, пропагуванні її цінностей та національних пріоритетів; патріотично-наснажуюча функція пісні виявляється в піднесенні сили духу українства; консолідуюча функція української пісні періоду війни виконує визначальну роль, адже згуртовує окремо взятих індивідів у соціально свідомий моноліт з чіткою громадянською позицією; емпатійна функція реалізується через моделювання соціального смислу співпереживання, а комунікаційний формат пісні дозволяє залучити до емоційного співчуття широке коло потенційної аудиторії; інформаційно-просвітницька функція працює на підвищення обізнаності аудиторії з подіями, фактами, причинами, обставинами кровавої війни; розважально-піднесеною функцією пісень періоду війни є психотерапевтична місія.*

**Ключові слова:** соціальна комунікація, пісня періоду війни, масова аудиторія, інформація, патріотизм, українство, образ, символ, контент.

**Постановка проблеми.** Упродовж тисячолітнього існування українства на рідній землі (Київський літопис лише письмово зафіксував топонім «Україна» 1187 року, функціонування якого задовго існувало в усному слововживанні) його історія нерозривно пов'язана з пісенною творчістю, яка обсервувала моменти життя і в найщасливіших її проявах (згадаймо весільні пісні, колицькі та ін.), і у найтрагічніші часи (історичні пісні про війну, голосіння тощо). Пісня констатувала всі вияви суспільної дійсності, емоціонізувала прояви радості й драматично виражала людські страждання, засвідчувала психічні реакції на добро чи зло, ліризувала внутрішній сакрум любові й ненависті, індукувала почуття патріотизму й націо-

нальної тожсамості, ментально маркувала простір буття українства. Саме пісня налагоджує передачу закодованої відповідною ритмомелодикою соціально накопиченої інформації як у синхронічному вираженні в межах національної спільноти, так і в діахронії, забезпечуючи поколінний зв'язок та комунікаційно фіксуючи історичні факти, хай і в емоційно-пісенному ранжуванні. «Звідси й особливості поетики жанру – першорядне значення надається виражальним засобам, які здатні передавати витончені емоційні стани, впливати на людську уяву, збуджувати в ній художньо образні асоціації і відповідні рефлексії» [4, с. 322].

Завдяки когнітивним механізмам пісні, яка легко запам'ятовується й поширюється, реалізу-

ється комунікаційна модель трансмісії соціокультурної, історичної, побутової та іншої інформації. Власне йдеться про комунікаційну функцію пісні, яка реалізує «смысловий аспект соціальної взаємодії, тобто процес взаємодії суспільних суб'єктів – соціальних груп, суспільства або осіб, – за допомогою якого відбувається обмін інформацією, досвідом, знаннями, емоціями, здібностями і результатами діяльності» [10, с. 194]. Передача соціально значущої інформації в просторі й часі, яку здійснює пісенна творчість, вкладається у фарватер соціальної комунікації, дефініцією котрої є «процес передачі, переробки та сприйняття (загалом цілеспрямованого обміну) між соціальними суб'єктами цілісних знакових повідомлень, у яких відображені соціально значущі для них інформація, знання, ідеї, емоції тощо, обумовлений низкою соціально значимих оцінок, конкретних ситуацій, комунікативних сфер і норм спілкування, прийнятих у даному суспільстві» [9, с. 4] або, за визначенням Олександра Холода, – «інструментарій соціальної інженерії, який за допомогою комунікаційних технологій створення інформації, її пошуку, упорядкування, трансляції, обміну, збереження й вимірювання впливу на реципієнта спрямований на регулювання соціальних дій, взаємодій і соціальних відносин у суспільстві» [11, с. 32].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемою з'ясування ролі й значення української пісні в матриці українського культурного дискурсу цікавилися наковці різних галузей знань. Зокрема, літературознавчі аспекти вітчизняної пісенної творчості досліджували М.Б. Лановик, З.Б. Лановик, О.В. Наумовська, В.Ф. Погребенник, Г.Ф. Семенюк, Л.В. Грицик, О.С. Дзинглюк; культурологічний потенціал пісні вивчали В.В. Семенчук, Л.М. Приблуда, В.А. Власова; естетико-музикознавчі особливості української пісні були в центрі уваги Б.В. Слющинського, В.П. Коротя-Ковальської, В.С., Дріневської; комунікаційну специфіку музичної творчості аналізували Й.О. Злотник, Г.В. Сорокіна, Е.О. Бурдіна, О.В. Кузьменко, М.В. Лігус та ін. Проте й донині відсутня спеціальна наукова праця, присвячена соціокомунікаційній природі української пісні, тим паче періоду війни.

**Постановка завдання.** Мета статті полягає у встановленні соціокомунікаційного феномену української пісні періоду війни, її функцій та впливу на згуртованість та патріотизм українського суспільства.

**Виклад основного матеріалу.** 24 лютого 2022 року розділило життя українства на «до

і після», інспірувавши з'яву цілого пласту українських пісень, ідейне навантаження яких має патріотичний характер. Українська пісня стала інструментом боротьби з ворогом, голосом віри, надії й перемоги. Як стверджують Ганна Сорокіна та Дарина Сахань, «пісня не має сенсу, якщо автор не хоче через неї донести якусь певну інформацію до слухача» [8]. Такою інформацією є слово правди у транспортуванні її світовій громадськості про незламність духу українства, яке щодня протистоїть «імперії зла й насилля». Як слушно зауважує Марія Лігус, «соціально-комунікативна влада музики як повідомлення полягає у переконанні публіки у тих ідеях, які вона втілює» [5, с. 68]. Комунікаційна суттєвості пісенних творів не має агресивно-експансійного характеру в заволодінні увагою реципієнта, навпаки ритмомелодика як звуковий подразник торкається внутрішніх реєстрів настроєвого фону слухача й паралелізується з ними. За словами Анастасії Мороз та Людмили Приблуди, «виконавці прагнуть єднання з аудиторією, живого діалогу, загального емоційного пориву, вираження національних, світоглядних, релігійних і політичних поглядів. Музиканти випромінюють невіддільний драйв, пронизливу щирість, нештучну театральність, сентиментальність та ліризм» [6]. Таким чином відбувається ненав'язливе утримання уваги й інтелектуально-емоційного впливу на реципієнта, донесення йому ціннісних імперативів, закодованих у текстову площину пісні.

Інтенсифікаційні рухи у зміні аксіологічної парадигми в напрямку національної ідеології еволюціонували починаючи з 2014 року. Боротьба України та українців за повернення територій та своє існування на рідній землі ідейно трансформувала пісенно-музичний ринок з суто естетично-розважального до ціннісно-прагматичного, що призвело до комунікаційних змін управління свідомістю масової аудиторії через музичне мистецтво й детермінувало появу соціокомунікаційного феномену пісні періоду російсько-української війни. З'являються пісні, суспільним, національним аксіологічним епіцентром яких стає Батьківщина, її воля та незалежність. Так, у 2015 році в музичний простір України виходить пісня Тіни Кароль «Україна – це ти», що індукує в слухача відповідні рефлексії віднаходження власних коренів, патріотизму, національної гордості за приналежність до українства, а легкий для запам'ятовування текст разом із вдалим музичним орнаментуванням виводять пісню у вітчизняні топ-чарти медіа-продуктів музично-популярного контенту. Художньо-образні асоціації та яскрава національна символі-

зація («моє ім'я – вишиванка», «я – хрестик на полотні», «я – сонях» «моє ім'я – хліба смак», «маміні пісні» тощо) метафорично паралелізують свідомість реципієнта з долею Батьківщини, формують індивідуально-колективний досвід відповідальності за її майбутнє.

У тому ж році світ побачила пісня гурту «Океан Ельзи» «Не твоя війна» у виконанні її лідера Святослава Вакарчука. Автор-соліст також звертається до метафоричної символізації України-матері, дітей якої забирає нав'язана чужа загарбницька війна. Інформаційна матеріалізація власної мети в служінні Вітчизні оформлюється автором у комунікаційний посил слухачу, екстатований риторичним питанням, кумулятивно посиленням звертання до кожного: «А як зможеш ти?».

Анексія Криму й переслідування у зв'язку з цим за проукраїнські погляди кримських татар надихнули етнічну кримську татарку Сусану Джамаладінову, яка виступає під псевдонімом Джамала, до створення емоційно-трагічної пісні «1944» про депортацію радянським режимом кримськотатарського народу з півострова. Пісня була представлена на музичному конкурсі Євробачення у 2016 році, де Джамала з успіхом здобула перемогу. Драматизму й автентичності пісенному тексту додає приспів кримськотатарською мовою, інтертекстуально репрезентований словами пісні з кримськотатарського фольклорного дискурсу «Eu, güzel Qırım». Пісня «1944» стала соціокомунікаційним смисловим посилом світовій громадськості у взаємодії заради підтримки України. У межах комунікаційного процесу авторка й водночас виконавиця художньо візуалізує біль, який витримала її нація в 1944 році й тепер знову переживає вже у XXI столітті, намагається вплинути на європейську та світову аудиторію задля миру та перемоги її Батьківщини.

Новий етап російської агресії 2022 року ознаменував остаточну відмову від ворожого музичного контенту північного сусіда, що у свою чергу призвело до кумулятивного зростання попиту на питому українську пісню. Аби закрити культурно-інформаційну лакуну, що утворилася з відходом російської попси, вітчизняна аудиторія активно звернулася до вітчизняної музичної індустрії, кадровий та репертуарний брак якої почав швидко поповнюватись новими іменами виконавців, гуртів та країномовним пісенним контентом. Чільне місце серед розмаїття сучасного музичного дискурсу посіли пісні про драматичні реалії війни. Як зауважила співачка Марія Бурмака, «у світі немає жодної визвольної війни, під час якої було б створено так багато пісень...» [Цит. за: 7].

Українська пісня періоду війни стає справді соціокомунікаційним феноменом, інформаційний потенціал якого являє собою ментальний код комунікації в обміні інформацією про героїзм і незламність української нації в протистоянні зі злом. Адже, як зазначає Елеонора Бурдіна, «ці виражальні засоби, відображаючи дійсність у звукових художніх образах, активно впливають на психіку та почуття людини, обумовлюють повноту глядацького сприйняття та слугують досягненню ефекту достовірності» [1, с. 51]. Генеза такої довіри з боку українського реципієнта криється у спільній з авторами та виконавцями екзистенції буття в екстремумі війни: слухач не просто вірить на слово, він щоденно й сам переживає трагічний катарсис, що надає пісенному слову особливої автентики.

Разом з тим, комунікаційний вектор української пісні періоду війни направлено й на закордонного споживача музичного контенту (згадувана вже пісня Джамали «1944» до повномасштабного вторгнення, а після – пісня «Стефанія» гурту «Kalush Orchestra» та ін. стали яскравим маркером духовності нації, її історії та непохитності в боротьбі за виживання й праві просто бути): тут поруч із прагматикою новинного дискурсу пісня стає додатковим асоціативно-чуттєвим джерелом інформації про екзистенцію війни для іноземного суб'єкта комунікації.

Соціокомунікаційна важливість української пісні полягає у фіксації досвіду й трагедії українства періоду війни через певне передавання болу есенціальними художньо-образними й музичними засобами. Як слушно зауважують Олександр Злотник та Валерія Шульгіна, «комунікативний універсум музики функціонує у своєрідному «сенсовому полі» культури, яке створює необхідні передумови кодування і декодування музичних смислів. Завдяки традиціям, практиці, теорії, наявним зразкам і нормам, ці процеси відіграють важливу роль як у продукуванні та збереженні музичних цінностей, так й у виконавському процесі, музичному сприйнятті» [3, с. 31].

Соціокомунікаційна модель трансмісії поетично-музичних смислів полягає в реалізації українською піснею періоду війни специфічних комунікаційних функцій, до яких належить: національно-промоційна, патріотично-наснажуюча, консолідуюча, емпатійна, інформаційно-просвітницька, розважально-піднесена.

Реалізація національно-промоційної функції полягає в поширенні й донесенні до світу об'єктивної картини багатостраждальної України, пропагуванні її цінностей та національних пріоритетів. Саме завдяки пісні як «ментальному конден-

сату» українців вдалося нагадати самим собі, хто ми є і навіщо тут, розповісти іноземцям про Україну не як частину «великої імперії», а самостійну, незалежну державу, заручитися підтримкою культурної, інтелектуальної, фінансової еліти світу та простих людей за межами нашої країни. З цього приводу О. Дзинглюк та В. Гречиха зазначають: «Через загострене становище в Україні виникає велика кількість патріотичних пісень, які нерідко стають гімном подій чи духовного стану нації» [2, с. 119]. Так, виконана й протиражована медіа та соціальними мережами на п'ятий день після повномасштабного вторгнення лідером гурту «Бумбокс» Андрієм Хливноком частина пісні січових стрільців «Ой у лузі червона калина...» стала гімном невгнутості України перед ворогом. Потужний національно-промоційний посыл українцям та світові з художньо-образним сигніфікатом калини як символу України, котру спільними зусиллями (на що вказує займенник «ми» і то не лише українців, але й демократичного світу) треба визволити з уярмленого становища, став комунікаційним каталізатором поширення пісні різними країнами та континентами з закономірною для соціальної комунікації реакцією аудиторії у вигляді щонайпотужнішої (матеріальної, фізичної, духовної тощо) підтримки українства перед обличчям загарбника. Пісня одразу була переспівана професійними виконавцями різних країн (гурт Pink Floyd, співачки Марлейн Маас, Наталі Деніз, солісти латвійської опери та ін.) та простими іноземними громадянами й стала мелодійним ритмом биття серця України у світі.

Патріотично-наснажуюча соціокомунікаційна функція пісні виявляється в піднесенні сили духу українства. «Патріотична пісня на сучасному етапі намагається наслідувати етнічну тенденцію: пісня має надихати, піднімати настрій, зміцнювати віру у краще майбутнє» [2, с. 119]. Українські пісні періоду війни цього функціонального напрямку на препозиційний план виводять мотив незнищенної переконаності у свої сили й віри в перемогу. Вони надихають на боротьбу і стимулюють патріотичні інтенції, максималізуючи модальність ненависті до ворога.

Пісні, які реалізують цю функцію, з'явилися на вітчизняному музичному ринку з перших днів повномасштабного вторгнення. Наприклад, на початку 2022 року українці почули пісню «Байрактар» Тараса Боровака, про яку сам автор, будучи військовим, сказав так: «Мені потрібно було змусити людей не панікувати, а повірити, що ми можемо перемогти» [12]. Текст пісні побудо-

вано на основі протиставлення, де образ ворога репрезентовано сатиричними засобами його дескриптації (наприклад, номени «барани», «орки», «рашисти»), якому протистоїть надана ЗСУ досконала зброя – безпілотник Байрактар, що нищить окупантів. Комунікаційний вектор пісні спрямовано й до самих «бандитів російських (слова з пісні – В.С.)», для чого креатор майстерно використовує російське слововживання як мантри ворожої пропаганди, передане українською графікою («для встановлення великої країни»), що вкотре надає тексту іронії над супротивником. Образ же безпілотника екземпліфіковано як свого роду панацею від усіх ворожих ескапад. Такий художній прийом закріплює у свідомості українців впевненість у власній непереможності, підносить бойовий дух, наснажує на нові подвиги в ім'я миру на рідній землі.

У трансформації свідомості масової аудиторії консолідуюча функція української пісні періоду війни виконує визначальну роль, адже згуртовує окремо взятих індивідів у соціально свідомий моноліт з чіткою громадянською позицією. «Російсько-українська війна стала потужним об'єднуючим досвідом спілкування між людьми та іншими соціальними суб'єктами на різних рівнях, обміну інформацією, суцільним знаковым повідомленням, у якому відображена інформація, стиль, ідея, знання, компетенція, емоції тощо. Україна надала приклад світу та показала, як потрібно будувати комунікацію між людьми та іншими соціальними суб'єктами під час активної фази повномасштабної війни, яка досі триває» [9, с. 5]. Так, пісня «Ми з України!» 2022 року, яку виконують шістнадцять зірок вітчизняного шоу-бізнесу з когорти як професійних співаків, так і ведучих телевізійних програм, покликана сприяти активному залученню усіх національно свідомих українців до боротьби за творення колективного майбутнього зі спільними цінностями та пріоритетами. Есенціальне використання авторами займенників, частотними серед яких є «ми», «кожен», «нас», «наші» стає об'єднавчим конструктом навколо України, створює відчуття приналежності у змаганні за виживання, виборюванні власного місця в геополітичному контексті. А звернення до славного козацького минулого («Нас козацька міць гартує...») не лише історично зв'язує націю, але й нагадує про силу духу народу, який споконвіку спільно творив і продовжує творити своє майбуття («Доля єдина – вільна країна!»). Водночас рефренна самоідентифікація приспіву «Ми з України» – це ще й потужний

комунікаційний меседж (як інструмент переконання) світові про потребу в колективній солідарності для протистояння ворогу.

До чільних належить і емпатійна функція української пісні періоду війни. Через пісенну творчість відбувається моделювання соціального смислу співпереживання, а комунікаційний формат пісні дозволяє залучити до емоційного співчуття широке коло потенційної аудиторії. Крім того, на проєкцію емпатії працює впізнаваність виконавця, і чим рейтинговішим є співак (гурт), тим дієвішим буде вплив на емоційну сферу реципієнта. Наприклад, у перший рік повномасштабної війни, коли посилені були обстріли території України з фактично відсутніми засобами протиповітряної оборони, до голосу української влади, війська, простих громадян світові у допомозі «закрити небо» доєднався й музичний істеблішмент, при чому не лише український. Зокрема, всесвітньовідомий гурт Brainstorm випустив пісню українською мовою «Моя пісня», де сила емпатії спрямована на найвразливіших та беззахисніших – українських дітей, життя яких не було чим захистити: «Бог небо закриє, Щоб наші діти жили. За тих, хто б'ється і мріє, Завжди будуть янголи». Виконавці пісні покладаються на офіру Господа, який завжди на боці правди й добра, та висловлюють надію на перемогу над ворогом, метафорично оформлену образом весни («весна переможе»). Однак «Моя пісня» – це не лише пасивне співпереживання з демонстрацією болю за дітей, але й активний комунікаційний інструмент інтеграції зусиль у пришвидшенні рішення надати Україні засоби протиповітряної оборони, адже емоційно впливає на світову громадськість, здатну допомогти.

Українська пісня періоду війни впливає не лише на психоемоційну сферу масової аудиторії, але й завдяки продуманим текстам на інтелектуальний сегмент регуляції свідомості реципієнтів. Пісенна творчість набуває ознак соціокомунікаційного медіума ідей та смислів, чим детермінує інформаційно-просвітницьку функцію в підвищенні обізнаності аудиторії з подіями, фактами, причинами, обставинами кровавої війни. Немає потреби пояснювати зацікавленість світу в перебігу збройного конфлікту, але далеко не всі знають історію України, її традиції та й навіть донедавна її географічні координати, а тим більше населені пункти. Тому, наприклад, пісня «Фортеця Бахмут» гурту «Антитіла» виконує освітню місію озна-

йомлення з містом та його знищення окупантами. До розумової сфери реципієнта апелює й алюзія в тексті пісні на славу історію героїв Крут («І сердець сталевий Дух, І Герої незламних Крут»), що підвищує інтелектуальний рівень слухача, адже спонукає того, хто необізнаний з подіями більш ніж сторічної давнини (до слова, надовго стертої з історичної матриці советської України) про подвиг київських студентів, звернутися до фактів і дат періоду української визвольної війни 1917–1920, події якої багато в чому паралелізуються із сучасністю.

Не можна обійти увагою й розважально-піднесену функцію пісень періоду війни, які виконують крім мотивуючої й психотерапевтичну місію. Виснаженість суспільства втратами та жахіттями війни потребує підтримки сили духу, а часом – і хвилинного забуття задля збереження психічного здоров'я. Так, мистецька інтерпретація фольклорного варіанту веснянки «Подоланочка» в однойменній версії пісні виконавиць Jerry Heil та Alyona Alyona – це танцювальний трек, але з глибоким змістом про екзистенційне виживання жінки в умовах війни («Хай ламають світ твій і гасне світло ватри») й незламності духу та віри у світле майбутнє («А далі будуть теплі й сонячні дні»). Разом з тим, змістове ядро пісенного тексту відходить на другий план порівняно із ритмомелодикою, яка має хореографічно легку, життєствердну енергію і змушує до руху й тимчасового забуття в ньому. Відбувається консолідація учасників соціальної комунікації не лише за гендерним принципом жіночої її частини, але чоловічого сегменту через танцювальний наратив, що об'єднує й розвантажує психоемоційно.

**Висновки.** Таким чином, українська пісня періоду війни як інструмент акумуляції, трансформації й ретрансляції соціокультурного досвіду в часовому й просторовому вимірах являє собою соціокомунікаційний феномен, адже з'явилася в найдраматичніший момент історії України, коли нація поставлена перед обличчям виживання. Фіксує трагічні реалії, ідеали й цінності українців, пісня підносить силу духу і завзяття в боротьбі, репрезентує світові красу нескореного народу, стає комунікаційним модусом його єднання та підтримки як у середині країни, так і далеко за її межами. Соціокомунікаційна матриця пісні виконує місію катализатора трансформаційних змін громадської думки в її русі до усвідомлення себе нацією нескорених, проєктуванні українського світу.

Список літератури:

1. Бурдіна Е.О. Музыка та шуми як виражальні прийоми інфотейнменту. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Соціальні комунікації*. 2019. № 16. С. 50–55.
2. Дзинглюк О.С., Гречиха В.А. Патріотична пісня як невід'ємний елемент національної свідомості українців. *Закарпатські філологічні студії*. 2019. Вип. 9. Т. 2. С. 118–123.
3. Злотник О. Шульгіна В. Комунікативні функції художнього спілкування в музичному мистецтві. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені В. Гнатюка. Серія: Мистецтвознавство*. 2019. №1. С. 28–34.
4. Лановик М.Б., Лановик З.Б. Усна народна поетична творчість: підручник. 3-тє вид., стер. Київ: Знання-Прес, 2005. 591 с.
5. Лігус М.В. Музичний перформанс як форма комунікації. *Філософські проблеми гуманітарних наук*. 2018. № 2(28). С. 68–71.
6. Мороз А., Приблуда Л. Культурологічний аспект сучасної української пісні. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/678e2300-4721-469a-b186-14cc5870cce9/content> (дата звернення: 12.06.2024).
7. Поліщук В. Топдюжина пісень сучасної російсько-української війни... І через 100 років їх співатимуть українці. URL: <https://armyinform.com.ua/2023/02/13/topdyuzhyna-pisen-suchasnoyi-rosijsko-ukrayinskoji-vijny-i-cherez-100-rokiv-yih-spivatymut-ukrayinczi/> (дата звернення: 14.07.2024).
8. Сорокіна Г.В., Сахань Д.М. Музыка як вид соціальної комунікації. URL: [http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/27444/1/%D0%A1%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BA%D1%96%D0%BD%D0%B0%2C%20%D0%A1%D0%B0%D1%85%D0%B0%D0%BD%D1%8C\\_%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8.pdf](http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/27444/1/%D0%A1%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BA%D1%96%D0%BD%D0%B0%2C%20%D0%A1%D0%B0%D1%85%D0%B0%D0%BD%D1%8C_%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8.pdf) (дата звернення: 01.07.2024).
9. Соціальні комунікації: теорія та практика : реком. бібліогр. покажчик / Бібліотека Криворізького державного педагогічного університету ; упоряд. О. Поліщук ; бібліогр. ред. О. Дікунова ; за ред. О. Кравченко. Кривий Ріг, 2023. 51 с.
10. Туріяньська М.М. Комунікація в системі управління знаннями. *Вісник економічної науки України*. 2011. № 2. С. 194–196.
11. Холод О. Соціальні комунікації: тенденції розвитку : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. й доп. Київ : Видавництво «Білий Тигр», 2018. 370 с.
12. Bayraktar: Armed with just a guitar, meet the man helping Ukraine resist Russia. *Euronews*. URL: <https://www.euronews.com/my-europe/2022/05/23/bayraktar-armed-with-just-a-guitar-meet-the-man-helping-ukraine-resist-russia> (дата звернення: 01.07.2024).

**Suprun V. M. UKRAINIAN SONG OF THE WAR PERIOD AS A SOCIOCOMMUNICATION PHENOMENON**

*The article deals with the socio-communication characteristics of the Ukrainian song of the war period. It was found that the song establishes the transmission of socially accumulated information encoded by the appropriate melody both in synchronic expression within the national community and in diachrony, ensuring generational connection and communicatively recording historical facts and events. Therefore, thanks to the cognitive mechanisms of the song, which is easily remembered and spread, the communication model of the transmission of socio-cultural, historical and other information is realized.*

*It was established that the struggle of Ukrainians for their existence in their native land ideologically transformed the song and music market from a purely aesthetic-entertaining to a value-pragmatic one, which led to communication changes in the management of the consciousness of the mass audience through musical art and determined the emergence of the socio-communication phenomenon of the song during the period of the Russian-Ukrainian war. The Ukrainian song of the war period becomes a real socio-communication phenomenon, the informational potential of which is a mental code of communication in the exchange of information about the heroism and indomitability of the Ukrainian nation in the face of evil.*

*It has been proven that the socio-communication model of the transmission of poetic and musical meanings consists in the implementation of specific communication functions by the Ukrainian song of the war period: the national promotional function consists in spreading and conveying to the world an objective picture of long-suffering Ukraine, promoting its values and national priorities; the patriotic-invigorating function of the song is manifested in the exaltation of the Ukrainian spirit; the consolidating function of the Ukrainian song of the war period plays a decisive role, because it unites individual individuals into a socially conscious monolith with a clear civic position; the empathetic function is realized through modeling the social meaning of empathy, and the communication format of the song allows to attract a wide range of potential audience to emotional sympathy; the informational and educational function works to increase the audience's awareness of the events, facts, reasons, and circumstances of the bloody war; the entertainment-elevated function of songs of the war period is a psychotherapeutic mission.*

**Key words:** social communication, wartime song, mass audience, information, patriotism, Ukrainian, image, symbol, content.