

УДК 32.019.51:(004.774.6БЛОГ+070.11)](477):316.7(=161.2)

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2023.2.11>**Анна СЕРГЄЄВА**

аспірантка, Навчально-науковий інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, вул. Юрія Іллєнка, 36/1, м. Київ, Україна, 02000
ORCID: 0009-0008-4141-4628.

Anna SERGIEIEVA

Phd Student, Institute of Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv, Yurii Illenko Street, 36/1, Kyiv, Ukraine, 04119
ORCID: 0009-0008-4141-4628.

**ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО КОДУ НАРОДУ
В УКРАЇНСЬКІЙ БЛОГОСФЕРІ****FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF THE PEOPLE'S
CULTURAL CODE IN THE UKRAINIAN BLOGOSPHERE**

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю розбудови української блогосфери і розвитку культурного коду українського народу, пов'язаних із актуалізацією національної свідомості та ідентичності. Дослідження виявило, що сучасна українська блогосфера виступає тим засобом розвитку культурного коду українського народу, який доступний українським блогерами з будь-якого куточку землі у зв'язку із зростаючою агресією Росії по відношенню до України. Наразі медійне середовище слугує засобом не лише репрезентації особистості, але й цілої нації, яка прагне до самоствердження та відродження. Разом з тим варто зазначити, що існують певні проблеми у використанні медійного середовища для розвитку культурного коду народу, які значно обмежують українських блогерів у повній мірі відстоювати свою національну ідентичність. Предметом дослідження стала українська блогосфера, яка охоплює як професійних блогерів, так і аматорів, які зацікавлені у розвитку культурного коду у медійному середовищі. Це зумовлене популярністю соціальних мереж та широкими можливостями медійного середовища для оптимізації комунікації між людьми з різних країн. Мета дослідження – розглянути особливості розвитку культурного коду народу в українській блогосфері. Для досягнення мети були використані методи аналізу літератури з досліджуваної теми, анкетування та аналіз отриманих результатів з використанням статистичного аналізу, контент-аналіз. Результати дослідження встановили, що українські блогери ведуть активну пропаганду національно-культурних цінностей у медійному середовищі з метою розвитку культурного коду народу, реалізація якого відбувається як на мовному, так і на позамовному рівні. Більшість українських блогерів вказують на високий потенціал візуального контенту у розвитку культурного коду народу у соціальних мережах з метою акцентування уваги цільової аудиторії на ключових культурних складових. Розвиток української блогосфери та активне залучення до цього процесу національно-культурної складової свідчить про широкі можливості медійного простору для розвитку культурного коду народу, який актуалізується на усіх мовних та позамовних рівнях, що, в свою чергу, вказує на перспективність подальших досліджень визначеної проблеми.

Ключові слова: культурний код, українська блогосфера, медійний простір, онлайн-простір, блогер.

The relevance of the study is determined by the need to build the Ukrainian blogosphere and develop the cultural code of the Ukrainian people, related to the actualization of national consciousness and identity. The study revealed that the modern Ukrainian blogosphere acts as a means of developing the cultural code of the Ukrainian people, which is available to Ukrainian bloggers from any corner of the earth in connection with the growing aggression of Russia towards Ukraine. Currently, the media environment serves as a means not only of the representation of an individual, but also of an entire nation that strives for self-affirmation and revival. At the same time, it is worth noting that there are certain problems in using the media environment for the development of the people's cultural code, which significantly limit Ukrainian bloggers from fully defending their national identity. The subject of the study was the Ukrainian blogosphere, which includes both professional bloggers and amateurs who are interested in the development of the cultural code in the media environment. This is due to the popularity of social networks and the wide possibilities of the media environment for optimizing communication between people from different countries. The purpose of the study is to consider the peculiarities of the development of the people's cultural code in the Ukrainian blogosphere. To achieve the goal, the methods of scientific literature analysis on the researched topic, questionnaire and analysis of the obtained results using statistical analysis, content analysis were used. The results of the study established that Ukrainian bloggers actively promote national and cultural values in the media environment aiming at developing the people's cultural code, which is implemented both at the linguistic and non-linguistic levels. The majority of Ukrainian bloggers point to the high potential of visual content in the development of the people's cultural code in social networks in order to focus the attention of the target audience on key cultural components. The development of the Ukrainian blogosphere and the active involvement of the national-cultural component in this process shows the wide possibilities of the media space for the development of the people's

cultural code, which is realized at all linguistic and non-linguistic levels, which, in turn, indicates the prospects for further research of the identified problem.

Key words: *cultural code, Ukrainian blogosphere, media space, online space, blogger.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах розбудови нової реальності української дійсності та незалежності актуалізується питання розвитку культурного коду народу, який десятиліттями переживав важкі часи обмежень та дискримінації з боку Росії. З початком повномасштабного вторгнення агресора на українську територію українське суспільство активізувалося. Більше того, воно перейшло з онлайн площини у онлайн середовище, яке запропонувало ширші можливості для розвитку культурного коду українського народу. Як результат, сучасна українська блогосфера стала тим засобом розвитку культурного коду народу, який доступний українським блогерами з будь-якого куточку землі у зв'язку із зростаючою агресією Росії по відношенню до України. Наразі медійне середовище слугує засобом не лише репрезентації особистості, але й цілої нації, яка прагне до самоствердження та відродження. Саме тому виникає потреба у більш детальному вивченні особливостей розвитку культурного коду народу в сьогоденній українській блогосфері, яке все чіткіше ідентифікує себе поміж усього розмаїття медійного контенту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання культурного коду народу носить міждисциплінарний характер та вивчається на протязі десятиліть. Різні підходи до даного поняття відображають його специфіку у кожній царині, однак у розрізі медійного середовища поняття культурного коду народу почало вивчатися лише у 20 ст., що у значній мірі обумовлено науково-технічним прогресом та розвитком мережі Інтернет.

Код культури є центровим поняттям лінгвокультурної думки сучасних українських та іноземних вчених, таких як В.В. Бадюл [1], Ф.С. Бацевич [2], Я. Билиця [3], О.М. Галинська [4], І.В. Гарбера [5], А.Л. Лісневська [7], Я.С. Фруктова [8], Р. Новикова [9], Т. Пушнова [10], А.О. Шевель [11], D. Coyle [14], P. Cogley [13], C. Chen, G. Gotti, T. Kang [12], C. Simko, J.K. Olick [15] та ін.

У.Я. Билиця розглядає культурний код як «вираження уявлень людини про світ і про себе в ньому, як про homo sapiens» [3, с. 42]. За думкою вченої, символічні образи є «основою системи кодів культури, які найбільш яскраво проявляються у фразеології» [3, с. 42].

На думку В.В. Бадюл, культурні коди утворюють «систему координат, яка задає ета-

ли культури» [1, с. 8]. Отож, культурні коди можна сприймати як основу, яка встановлює нормативи та стандарти культури.

У сучасній іноземній лінгвокультурній науковій спільноті велика увага приділяється дослідженню кодів культури з кінця 20 ст. Термін «культурний код» має досить широке застосування через велику кількість питань, що можуть бути розглянуті в контексті «кодування культури». Кожна гуманітарна наука розглядає цей феномен зі свого власного погляду (D. Coyle [14], P. Cogley [13], C. Chen, G. Gotti, T. Kang [12]).

Таким чином, під культурним кодом у даному дослідженні розуміється сукупність різних елементів культури, включаючи архетипи, стереотипи, концепти, соціальні уявлення та установки, зразки поведінки, ментальні репрезентації культури, елементи колективної пам'яті та національної ідентичності та інші. Ці елементи мають особливе значення для певного народу, але їхнє розуміння може бути складним навіть для носіїв однієї культури. Культурні коди складаються з системи слів, символів та/або моделей поведінки, які використовуються для передачі повідомлень, пов'язаних з певним контекстом. Ці коди можуть бути виражені як за допомогою вербальних і невербальних засобів, так і через неусвідомлювані архетипи, стереотипи та інші установки, які не завжди очевидні. Реалізація цих кодів може мати як прямий, так і опосередкований характер, що робить їхнє розуміння ще більш складним.

У даному дослідженні поняття «культурний код народу» базується на підході Ф.С. Бацевич, який визначає поняття культурного коду як «спосіб категоризації, структурування та оцінки світу», що оточує членів певної національної лінгвокультурної спільноти [2]. За словами вченого, культурний код представлений сукупністю знаків, символів, смислів та їхніх комбінацій, що присутні у будь-якому елементі культури певної національної лінгвокультурної спільноти. Культурний код проявляється в мовній картині світу та етнічній мові, і він є «різновидом культурної пам'яті лінгвокультурної спільноти» [2]. Однак розгляд культурного коду народу через призму медійного середовища потребує уточнення його розуміння. Саме тому під культурним кодом народу пропонується його визначення як сукупності знаків, символів, смислів та/або їхніх комбінацій, що реалізуються через

різноманітні елементи культури певної національної лінгвокультурної спільноти у медійному середовищі.

Варто зазначити, що медійне середовище, а саме соціальні мережі «TikTok», «Instagram» та «Facebook» пропонують широкий вибір можливостей для розвитку культурного коду народу, в тому числі українського. Ще задовго до повномасштабного вторгнення Росії в Україну українська блогосфера відчула необхідність у поширенні своєї національно-культурної спадщини, однак саме події 2022 року стали тим тригером, який збільшив контентний потік та спонукав стрімкому росту україно-орієнтованого контенту, сповненого заклику до підняття національної свідомості.

Розглядаючи медійне середовище як взаємодію у соціальних мережах «TikTok», «Instagram» та «Facebook», слід зазначити, що культурний код народу може бути реалізований у медійному середовищі через різні способи, однак одним із найбільш очевидних та базових є мовний рівень.

Мовний рівень є одним з найбільш очевидних та базових способів реалізації культурного коду народу у медійному середовищі. Мова використовується для передачі інформації, вираження думок та ідей, а також передачі культурних та національних особливостей. У медійному середовищі мовний рівень може відображати культурний код народу за допомогою особливостей мови, таких як вживання діалектів, мовленнєві оберти, цитати з народної творчості тощо. Наприклад, українські блогери з 2022 року активно використовують у своїх публікаціях українську мову, що дозволяє їм передати національну ідентичність та культурний код свого народу. Деякі з них вживають в своїх публікаціях регіональні діалекти, що робить контент більш близьким та доступним для місцевих мешканців та відображає регіональну специфіку та культурні особливості.

Крім того, у медійному середовищі мова може відображати національний код народу через використання слів, фраз та ідіоматичних виразів, що є унікальними для даної культури. Наприклад, в українській мові часто вживаються вирази та цитати з народної творчості, які відображають українську культуру та ідентичність.

Позамовний рівень реалізації культурного коду народу у медійному середовищі стосується аудіовізуальних особливостей [9, с. 131], який представлений сторіс (stories), рілс (reels) та постами (posts) з відповідним національно-культурним контентом. На даному рівні реалізації культурного коду народу у медійному

середовищі використовуються аудіо- та відеоматеріали, а також зображення, які включають національно-культурну складову та відповідну асоціативну семантику.

Таким чином, можна стверджувати, що у воєнний час роль культурного коду народу зростає, а його розвитку у медійному середовищі спонукає як патріотично-настроєне українське блогерство, так і широкі можливості соціальних мереж та досягнення науково-технічного прогресу. З огляду на вказане вище у даному дослідженні проводиться аналіз поглядів українських блогерів та їх контент у соціальних мережах «TikTok», «Instagram» та «Facebook» для вивчення особливостей розвитку культурного коду народу у медійному середовищі.

Мета статті – розглянути особливості розвитку культурного коду народу в українській блогосфері.

Завдання дослідження: розглянути поняття «культурний код народу» та можливості його розвитку у медійному середовищі; розглянути особливості та завдання українського блогерства воєнного часу; визначити місце національно-культурного контенту в українській блогосфері та його вплив на розвиток культурного коду народу; проаналізувати погляди українських блогерів та їх контент у соціальних мережах «TikTok», «Instagram» та «Facebook».

Виклад основного матеріалу дослідження. Методологічна основа дослідження включає аналіз наукової літератури з досліджуваної теми, анкетування для вивчення думок українських блогерів щодо особливостей розвитку культурного коду народу в українській блогосфері та аналіз отриманих результатів з використанням статистичного аналізу, контент-аналіз блогів з метою виявлення особливостей розвитку культурного коду народу в українській блогосфері.

З метою вивчення особливостей розвитку культурного коду народу у медійному середовищі було проведено анкетування. Результати анкетування оброблялися та аналізувалися за допомогою статистичних методів, а саме кількісного аналізу, частотного аналізу, описової статистики. Вибірка дослідження складає 120 осіб віком від 20 до 50 років, з яких 86 жінок та 34 чоловіки. Усі учасники дослідження є українськими блогерами, які мають свої блоги та активно ведуть їх у соціальних мережах «TikTok», «Instagram» та «Facebook». В цілому, було досліджено 120 блогів вказаних соціальних мереж (26 блогів у TikTok, 46 блогів у Facebook та 48 у Instagram), які користуються популярністю серед корис-

тувачів з огляду на кількість їх підписників (більше 100 тис.).

На запитання «Чи вважаєте Ви, що наразі українська блогосфера займає активну позицію щодо розвитку культурного коду народу в медійному середовищі?» були отримані такі результати: 88 респондентів (73,3% від вибірки дослідження) відповіли ствердно, тоді як 27 респондентів (22,5% від вибірки дослідження) не бачать такої тенденції. Інші респонденти (5 респондентів або 4,2% від вибірки дослідження) не змогли дати відповідь на це запитання.

На запитання «Як часто Ви взаємодієте з контентом, пов'язаним з українською культурою (мова, традиції, музика тощо)?» були отримані наступні відповіді: 58 респондентів (48,1% від вибірки дослідження) часто взаємодіють з контентом, пов'язаним з українською культурою, тоді як лише 15 респондентів (12,5% від вибірки дослідження) роблять це на постійній основі. 46 респондентів (38,6% від вибірки дослідження) іноді взаємодіють з контентом, пов'язаним з українською культурою, тоді як лише 0,8% респондентів ігнорують даний контент.

Розглядаючи питання «Які види контенту (текст, відео, зображення, музика тощо) здатні найбільше передати культурну спадщину українського народу?», було встановлено, що більшість респондентів (63 респонденти або 52,3% від вибірки дослідження) вказують на важливість поєднання усіх засобів, тоді як 44 респондента (36,5% від вибірки дослідження) обирають аудіовізуальний формат. Інші респонденти (14 респондентів або 11,2% від вибірки дослідження) вказують на важливість текстового контенту.

На запитання «Які теми або аспекти Ви намагаєтеся передати через контент Вашого блогу?» були отримані наступні відповіді: 64 респондента (53,1% від вибірки дослідження) вказують на новинний та історичний контент, тоді як лише 28 респондентів (23,2% від вибірки дослідження) акцентують увагу на українській культурі та традиціях. 28 респондентів (23,7% від вибірки дослідження) зосереджені на комерційному контенті, який частково носить національно-культурний характер, так як пов'язаний із продажем предметів з українською символікою.

В цілому, результати дослідження вказують на те, що соціальні мережі впливають на формування та підтримку культурного коду народу, зокрема українського, шляхом активної публікації та взаємодії з контентом, який відображає національну ідентичність, традиції та цінності. Перш за все, більшість рес-

пондентів (73,3% від вибірки дослідження) відзначає активну позицію української блогосфери щодо розвитку культурного коду народу у медійному середовищі, що свідчить про те, що соціальні мережі стають значущими культурними просторами для збереження та популяризації національної спадщини.

Щодо взаємодії з контентом, пов'язаним з українською культурою, було встановлено, що значна частина респондентів (60,6% від вибірки дослідження) часто або навіть на постійній основі взаємодіють з таким контентом, що вказує на загальний інтерес до власного коріння та традицій, а також на важливість розвитку патріотичного духу серед молодого покоління. Розглядаючи питання передачі культурної спадщини, було встановлено, що більшість респондентів (52,3% від вибірки дослідження) вбачають важливість поєднання різних видів контенту – тексту, відео, зображень, музики тощо, що підкреслює важливість різноманітності форматів для належного відображення різних аспектів культурної спадщини. Що стосується тематичної спрямованості контенту, зауважується, що велика кількість респондентів (53,1% від вибірки дослідження) акцентують увагу на новинах та історичних подіях. Тоді як менша частина (23,2% від вибірки дослідження) підкреслює важливість української культури та традицій. Таке розмаїття тематики може свідчити про багатогранність підходів до розкриття культурного коду.

Для уточнення отриманих результатів був використаний контент-аналіз з метою вивчення особливостей розвитку культурного коду народу у медійному середовищі та залученням 120 блогів соціальних мереж «TikTok», «Instagram» та «Facebook» (26 блогів у TikTok, 46 блогів у Facebook та 48 у Instagram), які користуються популярністю серед користувачів з огляду на кількість їх підписників (більше 100 тис.). Аналіз розвитку культурного коду народу у медійному середовищі вказує на поширеність мовного та позамовного рівнів, за допомогою яких блогери реалізують культурний код народу та акцентують увагу на його історичному значенні та сьогоденні. Більш того, особливої уваги заслуговує новітнє прочитання культурного коду українців, який трансформується із однієї сфери вживання у іншу, проникаючи не лише у інші сфери життя, але й у інші культури, які його переймають і адаптують до своєї реальності. Так, жовто-блакитний прапор виступає не як національно-культурний та історичний символ України, але й як символ свободи та солідарності, до якої прагне

людина, саме тому його можна побачити на знаменитостях та історичних пам'ятках по усьому світу.

Мовний рівень розвитку культурного коду народу у медійному середовищі представлений мовними засобами, а саме національно-маркованої лексики, мовних зворотів та виразів, які відображають унікальні культурні особливості, цінності та ідентичність українського народу та супроводжуються відповідними хештегами (#україна, #українці, #українськаісторія, #українськийнарод, #українськакультура та ін.). Реалізація культурного коду народу у соціальних мережах «TikTok», «Instagram» та «Facebook» також відбувається за допомогою топонімів та культурної полісемії, пов'язаної із використанням слів або виразів, які мають культурно визначені смисли, що можуть бути зрозумілі лише в контексті культурних норм та звичаїв.

Мовна гра виступає окремою складовою мовного рівня розвитку культурного коду народу у медійному середовищі завдяки використанню гумору, гри слів або мовних жартів, які ґрунтуються на культурних аспектах, пов'язаних із українською культурою та традиціями.

Семантична складова розвитку культурного коду народу у соціальних мережах «TikTok», «Instagram» та «Facebook» грає важливу роль у формуванні та підтримці національної ідентичності та сприяє поширенню культурних цінностей через асоціативне поле, що виникає під час сприйняття аудіовізуального контенту, який публікують українські блогери. Особливої уваги заслуговують метафори та порівняння, які підкреслюють національно-культурне багатство українців: «українська як тихий океан, спробуйте зануритися, і вже не зможете без нього жити» (Anatolich, 2023) та ін.

Позамовний рівень розвитку культурного коду народу у медійному середовищі представлений аудіовізуальним контентом (сторіс (stories), рілс (reels) та постами (posts), які містять наступні хештеги #україна, #українці, #українськаісторія, #українськийнарод, #українськакультура, #українськакухня, #українськітрадиції, #вільнаукраїна, #незалежнаукраїна, #ukraine, #ukrainians, #ukrainianculture, #ukrainianpeople, #ukrainiancuisine, #ua, #prayforukraine, #freedomforukraine та ін. Варто зазначити, що саме дописи із хештегами #україна, #ukraine, #prayforukraine та #freedomforukraine превалюють у матеріалі дослідження, виступаючи базовими мовними елементами, які ідентифікують розвиток культурного коду народу у медійному середовищі

на позамовному рівні, тому можна говорити про гібридизацію реалізації культурного коду народу у медійному середовищі, яка характеризується поєднанням мовного та позамовного рівнів з метою розвитку культурного коду народу онлайн.

В ході дослідження було встановлено, що культурний код народу у соціальних мережах «TikTok», «Instagram» та «Facebook» характеризується наступною тематичною варіацією: дописи новинного і історичного напрямлення з описом історичних, культурних надбань українського народу, їх буденності (48,97% від вибірки дослідження); дописи мистецького та культурного спрямування (19,92% від вибірки дослідження) з презентацією робіт українських художників, скульпторів, музикантів, спортсменів тощо; дописи туристичної направленості (10,79% від вибірки дослідження) з комбінацією історичних довідок та сучасності історичних пам'яток України; дописи кулінарного спрямування (9,96% від вибірки дослідження), які присвячені популяризації та акцентуванню національних страв, рецептів, їхнього українського походження та особливостей з метою встановлення їх чіткої приналежності до українського народу; дописи, присвячені сучасній українській та міжнародній моді (8,3% від вибірки дослідження), які містять атрибути української культури, історії та традицій з огляду на існуючу тенденцію до популяризації української культури у світі. Останнім часом набувають популярності культурні виклики та челенджі (2,06% від вибірки дослідження), які спонукають користувачів долучитися до викликів, пов'язаних з культурними завданнями, наприклад, малювати національний символ на певному предметі чи придумати назву для українського стартапу, які б мали національно-культурну семантику.

Культурні цінності, які входять до культурного коду народу, розвиваються в медійному середовищі «TikTok», «Instagram» та «Facebook» через взаємодію культури та медіа. У кожній культурі існують свої традиції, цінності, світогляд, мова, ідеологія тощо, які відображаються у медійних продуктах. Було встановлено, що українська культура має свої особливості, які репрезентуються у соціальних мережах «TikTok», «Instagram» та «Facebook» різними людьми і групами, зацікавленими у поширенні національної самобутності та ідентичності українців. Рівні реалізації культурного коду народу в медійному середовищі умовно поділяються на мовний та позамовний, де перший представлений мовними знаками і символами, а позамовний –

аудіовізуальним контентом (сторіс (stories), ріліс (reels) та постами (posts)), доступним для блогерів у вказаних соціальних мережах. Тематична варіація дописів, які направлені на розвиток культурного коду народу в медійному середовищі, включають здебільшого ті, які акцентують увагу на історії, традиціях та сучасності української культури та допомагають краще зрозуміти побут та звичаї українців у довоєнний та воєнний часи.

Висновки і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. На сьогоднішній день українська блогосфера отримала новий поштовх до розвитку, чому в значній мірі слугує повномасштабне вторгнення Росії на територію незалежної України. Результати дослідження встановили, що українські блогери ведуть активну про-

паганду національно-культурних цінностей у медійному середовищі з метою розвитку культурного коду народу, реалізація якого відбувається як на мовному, так і на позамовному рівні. Більшість українських блогерів вказують на високий потенціал візуального контенту у розвитку культурного коду народу у соціальних мережах з метою акцентування уваги цільової аудиторії на ключових культурних складових. Розвиток української блогосфери та активне залучення до цього процесу національно-культурної складової свідчить про широкі можливості медійного простору для розвитку культурного коду народу, який актуалізується на усіх мовних та позамовних рівнях, що, в свою чергу, вказує на перспективність подальших досліджень визначеної проблеми.

Література:

1. Бадюл В.В. Коди культури в аспекті культурної інтерпретації фразеологічних одиниць. Закарпатські філологічні студії. 2018. № 6. С. 7–11.
2. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації. Київ: Довіра, 2007. 250 с.
3. Билиця У.Я. Коди культури в образі людини в англomовній картині світу (на матеріалі компаративної фразеології). Наукові записки нац. Ун-ту «Острозька академія». 2016. № 62. С. 41–44.
4. Галинська О.М. Типологія кодів культури в українській і англійській інтертекстуальній фразеології. 2012. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/1882/1/Typology.pdf>
5. Гарбера І.В. Репрезентація соматичного коду культури концепту «Людина» (на матеріалі фразеології східностепових українських говірок) / І.В. Гарбера. Одеський лінгвістичний вісник. 2017. № 9 (2). С. 69–73.
6. Інстаграм акаунт Анатоліча. 2023. URL: <https://www.instagram.com/p/CwKZgMgOfZF/?igshid=MzRlODBiNWFlZA==>
7. Лісневська А.Л. Storytelling transmeia в аудіовізуальному контенті. Журналістика та реклама: вектори взаємодії. 2019. С. 146–153.
8. Лісневська А.Л., Фруктова Я.С. Аудіовізуальний контент: до питання ризиків впливу сучасних медіа. Інтегровані комунікації. 2020. № (8). С. 47–54.
9. Лісневська А.Л., Новикова Р. Аудіовізуальний контент у культурній журналістиці воєнного часу: до питання національної ідентичності. Синопис: текст, контекст, медіа. 2023. № 29(2). С. 131–138.
10. Пушнова Т. Журналістика культури: чому це має значення під час війни. Journalism Teachers' Academy. 2022. URL: <https://www.jta.com.ua/knowledge-base/zhurnalistyka-kultury-chomu-vona-vazhlyva-pid-chas-viyny-konspekt-vebinaru-tetiany-pushnovoi>
11. Шевель А.О. Культурний національний «код» як чинник збереження української самобутності. URL: <http://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/4525/1/%D0%A8%D0%B5%D0%B2%D0%B5%D0%B%D1%8C%20%D0%90.%20%D0%9E.%20%D0%9A%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BD%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BA%D0%BE%D0%B4.pdf>
12. Corporate codes of ethics, national culture, and earnings discretion: international evidence / C. Chen, G. Gotti, T. Kang. J Bus Ethics. 2018. № 151. – Pp. 141–163.
13. Copley P. Codes and Interpretation in nature and culture. 2015.
14. Coyle D. The culture code: the secrets of highly successful groups. 2018.
15. Simko C., Olick J. K. What we talk about when we talk about culture: a multi-facet approach. Am J Cult Sociol. 2020.

References:

1. Badul, V.V. (2018). Codes of culture in the aspect of cultural interpretation of phraseological units. *Transcarpathian Philological Studies*, 6, 7–11 [in Ukrainian].
2. Batsevych, F.S. (2007). *Dictionary of Intercultural Communication Terms*. Kyiv [in Ukrainian].
3. Bylytsia, U. Ya. (2016). Codes of culture in the image of a person in the English-language picture of the world (based on comparative phraseology). *Scientific notes of National University "Ostroh Academy"*, 62, 41–44 [in Ukrainian].

4. Chen, C., & Gotti, G., & Kang, T. (2018). Corporate codes of ethics, national culture, and earnings discretion: international evidence. *J Bus Ethics*, Vol. 151, pp. 141–163.
5. Cobley, P. (2015). *Codes and Interpretation in nature and culture*.
6. Coyle, D. (2018). *The culture code: the secrets of highly successful groups*.
7. Instagram account of A. Anatolich. *www.instagram.com*. Retrieved from <https://www.instagram.com/p/CwKZgMgOfZF/?igshid=MzRlODBiNWFlZA==> [in Ukrainian].
8. Halynska, O.M. (2012). Typology of culture codes in Ukrainian and English intertextual phraseology. Retrieved from <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/1882/1/Typology.pdf> [in Ukrainian].
9. Harbera, I.V. (2017). Representation of the somatic code of culture of the “man” concept (based on the phraseology of Ukrainian East Steppe dialects). *Odessa Linguistic Bulletin*, 09 (2), 69–73 [in Ukrainian].
10. Lisnevskaya, A. (2019). Storytelling transmedia in audiovisual content. *Journalism and advertising: vectors of interaction*, 146–153 [in Ukrainian].
11. Lisnevskaya, A., & Fruktova, Ya. (2022). Risks of manipulative influence of audiovisual content of digital media in the post-truth era in O. Kurban, A. Lisnevskaya, *Information and Communication Security: Modern Trends*, Borys Grinchenko Kyiv University, 160–210 [in Ukrainian].
12. Lisnevskaya, A., & Novykova, R. (2023). Audiovisual content in wartime cultural journalism: to the question of national identity. *Synopsis: text, context, media*, 29 (2), 131–138 [in Ukrainian].
13. Pushnova, T. (2022). Journalism of Culture: Why It Matters in Time of War: April 2022. *Journalism Teachers' Academy*. Retrieved from <https://www.jta.com.ua/knowledge-base/zhurnalistyka-kultury-chomu-vona-vazhlyva-pid-chas-viyny-konspekt-vebinaru-tetiany-pushnovoi> [in Ukrainian].
14. Simko, C., & Olick, J. K. (2020). What we talk about when we talk about culture: a multi-facet approach. *Am J Cult Sociol*.
15. Shevel, A.O. (2016) Cultural national “code” as a factor in preserving Ukrainian identity. Retrieved from <http://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/4525/1/%D0%A8%D0%B5%D0%B2%D0%B5%D0%BB%D1%8C%20%D0%90.%20%D0%9E.%20%D0%9A%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BD%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BA%D0%BE%D0%B4.pdf> [in Ukrainian].