

МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ  
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



НАУКОВІ ПРАЦІ  
МІЖРЕГІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ  
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

ФІЛОЛОГІЯ

SCIENTIFIC WORKS  
OF INTERREGIONAL ACADEMY  
OF PERSONNEL MANAGEMENT

PHILOLOGY

Випуск 3 (8), 2023



Видавничий дім  
«Гельветика»  
2023

**Редакційна колегія**

**Супрун В. М.**, доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри журналістики та українознавства, Національний університет водного господарства та природокористування (головний редактор)

**Акімова А. О.**, кандидат філологічних наук, доцент, викладач кафедри іноземної філології і перекладу, Міжрегіональна Академія управління персоналом

**Гурко О. В.**, доктор філологічних наук, доцент, завідувач кафедри англійської мови для нефілологічних спеціальностей, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

**Добровольська В. В.**, доктор наук з соціальних комунікацій, доцент, професор кафедри культурології та міжкультурних комунікацій, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв

**Лисинюк М. В.**, доктор філософії (061 Журналістика), доцент кафедри зв'язків із громадськістю та журналістики, декан факультету післядипломної освіти, Київський національний університет культури і мистецтв

**Ляшенко (Накашидзе) І. С.**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри філософії та українознавства, Дніпровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна

**Павлюх М. В.**, кандидат наук із соціальних комунікацій, асистент кафедри міжнародної інформації, Національний університет «Львівська політехніка»

**Полсжаєв Ю. Г.**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри іноземних мов професійного спілкування, Національний університет «Запорізька політехніка»

**Росінська О. А.**, кандидат філологічних наук, доцент, заступник директора Інституту журналістики з науково-методичної та навчальної роботи, доцент кафедри журналістики та нових медіа, Київський університет імені Бориса Грінченка

**Ситник О. В.**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

**Сокол М. О.**, кандидат філологічних наук, доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри іноземних мов, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

**Форманова С. В.**, доктор філологічних наук, професор, професор кафедри української мови, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

**Храбан Т. Є.**, кандидат філологічних наук, завідувач кафедри іноземних мов, Військовий інститут телекомунікацій та інформатизації

**Царик О. М.**, кандидат філологічних наук, доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій, директор Міжнародної школи комунікацій, Західноукраїнський національний університет

**Чорнодон М. І.**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри журналістики та соціальних комунікацій, Донецький національний університет імені Василя Стуса

**Konrad Kazimierz Szamryk**, Doctor of Sciences, Professor, Department of Lexicology and Pragmalingwology, Department of Polish Language and Comparatistics, University of Bialystok (Bialystok, Poland)

**Anna Mlynarczuk-Sokolowska**, Doctor of Sciences, Professor, Faculty of Education, University of Bialystok (Bialystok, Poland)

**Slavomír Gálik**, prof. PhDr., Professor, Vice-Dean for Research and International Relations FMK UCM, University of St. Cyril and Methodius in Trnava (Trnava, Slovakia)

Затверджено Вченою радою  
Міжрегіональної Академії управління персоналом 18.10.2023 (протокол № 9)

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації  
серія КВ № 24775-14715Р,  
видане Міністерством юстиції України 21.04.2021 р.

Журнал включено до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б») зі спеціальностей 035 – Філологія та 061 – Журналістика відповідно до Наказу МОН України № 320 від 07 квітня 2022 року (додаток 2)

Видання індексується Google Scholar

DOI: 10.32689

**Наукові праці МАУП. Філологія.** 2023. Вип. 3(8). Київ : Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2023. 30 с.

Публікуються статті науковців, які досліджують актуальні проблеми розвитку філології. Для науковців, викладачів, студентів та всіх, кого цікавить розвиток філологічної науки в Україні.

## ЗМІСТ

### ФІЛОЛОГІЯ

**Дун Ці**

ПРОБЛЕМА МАНІПУЛЯЦІЇ  
В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ.....5

**Кристина КРУПЄЙ**

СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕРМІНООДИНИЦЬ ІНФЕКТОЛОГІЇ.....9

### ЖУРНАЛІСТИКА

**Марина ОТРИШКО, Наталія ХАРКЕВИЧ**

МЕДІАДИСКУРС ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ЕЛЕМЕНТ  
СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ІНФОРМАЦІЙНОГО  
ПРОСТОРУ МАЛИХ МІСТ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОСНОВНІ  
НАПРЯМКИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....14

**Тетяна РОГОВА, Катерина КАСІМОВА**

ЕКРАННІ ФОРМИ У ВОЄННИЙ ЧАС:  
ПОЛІЛОГ ЖУРНАЛІСТИКИ, ДИДЖИТАЛ-ІНСТРУМЕНТІВ  
ТА ДОКУМЕНТАЛІСТИКИ.....23

## CONTENTS

### PHILOLOGY

**Dong Qi**

THE PROBLEM OF MANIPULATION  
IN ENGLISH POLITICAL DISCOURSE..... 5

**Krystyna KRUPIEI**

STRUCTURAL FEATURES OF INFECTOLOGY TERMS..... 9

### JOURNALISM

**Maryna OTRISHKO, Natalya KHARKEVYCH**

MEDIA DISCOURSE AS A DEFINING ELEMENT  
OF THE SOCIO-COMMUNICATION MODEL  
OF THE INFORMATION SPACE OF SMALL CITIES:  
TRENDS AND MAIN DIRECTIONS OF RESEARCH..... 14

**Tetiana ROHOVA, Kateryna KASIMOVA**

SCREEN FORMS IN WARTIME: A POLYLOGUE OF JOURNALISM, DIGITAL TOOLS  
AND DOCUMENTARIES..... 23

## ФІЛОЛОГІЯ

УДК 811.112

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2023.3.1>

## Дун Ці

аспірантка кафедри германських мов, Український державний університет імені Михайла Драгоманова, вул. Пирогова, 9, м. Київ, Україна, 01601  
ORCID: 0000-0003-3985-7207

## Dong Qi

Postgraduate Student at the Department of Germanic Languages, Mykhailo Drahomanov Ukrainian State University, 9, Pirogov str., Kyiv, Ukraine, 01601  
ORCID: 0000-0003-3985-7207

ПРОБЛЕМА МАНІПУЛЯЦІЇ  
В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІTHE PROBLEM OF MANIPULATION  
IN ENGLISH POLITICAL DISCOURSE

Англомовний політичний дискурс є предметом вивчення багатьох науковців, але досі не існує єдиного визначення цього поняття. Цей факт може свідчити про складність і багатогранність політичного дискурсу, а також про його важливість для розуміння політичних процесів. Маніпуляція в політичному дискурсі – це проблема, яка викликає все більше занепокоєння в суспільстві. Зростаючий інтерес до політики змушує людей задуматися про те, як мова використовується для впливу на їхні думки і дії. Дискурс у цілому – це складне і багатогранне явище, яке вивчається не лише лінгвістами, а й представниками інших наук, таких як соціологія, філософія, соціологія, психологія, когнітивна метаантропологія, антропологія соціального буття та філологія. Раніше дискурс ототожнювали з текстом, але в сучасній лінгвістиці ці поняття розмежовуються. Дискурс – це не просто текст, а й комунікативна ситуація, в якій він виникає, а також знання та вміння, якими володіють учасники спілкування. У зв'язку з цим слід проводити філологічні дослідження феномену маніпуляції в контексті англомовного політичного дискурсу. **Мета статті** – дослідити та проаналізувати проблему маніпуляції в контексті англомовного політичного дискурсу. Реалізація мети передбачає вирішення таких завдань: 1) проаналізувати феномен маніпуляції як проблему англомовного політичного дискурсу; 2) запропонувати авторське визначення терміну маніпуляція. **Наукова новизна.** Автор вперше доводить та пропонує авторський термін маніпуляція в контексті англомовного політичного дискурсу. Маніпуляція – це одна з форм проблеми смерті та безсмертя особистості, яка проявляється у свідомому та/чи позасвідомому бажанні впливати на інших людей за допомогою англомовного політичного дискурсу та інших видів дискурсу з метою підкорити інших індивідів своїй волі, егоїстичним намірам та егоцентричним бажанням. **Висновки.** Автор приходить до висновків, що маніпуляція в англомовному політичному дискурсі – це слово з негативним відтінком, але в дійсності вона присутня у всіх мовних висловлюваннях. Будь-яка успішна комунікація – це маніпуляція, навіть якщо вона не має негативних наслідків.

**Ключові слова:** маніпуляція, дискурс, політичний дискурс, англомовний політичний дискурс, стилістичні особливості, філологія.

English-language political discourse is the subject of study by many scholars, but there is still no single definition of this concept. This fact may indicate the complexity and multifacetedness of political discourse, as well as its importance for understanding political processes. Manipulation in political discourse is a problem of increasing public concern. A growing interest in politics makes people think about how language is used to influence their thoughts and actions. Discourse as a whole is a complex and multifaceted phenomenon that is studied not only by linguists, but also by representatives of other sciences, such as sociology, philosophy, sociology, psychology, cognitive meta-anthropology, anthropology of social existence, and philology. Previously, discourse was equated with text, but in modern linguistics these concepts are demarcated. Discourse is not just a text, but also the communicative situation in which it occurs, as well as the knowledge and skills possessed by the participants of communication. In this connection, philological studies of the phenomenon of manipulation in the context of English-language political discourse should be conducted. **The purpose** of the article is to investigate and analyze the problem of manipulation in the context of English-language political discourse. The realization of the goal involves solving the following tasks: 1) to analyze the phenomenon of manipulation as a problem of English-language political discourse; 2) propose an author's definition of the term manipulation. **Scientific novelty.** For the first time, the author proves and proposes the author's term manipulation in the context of English-language political discourse.

*Manipulation is one form of the problem of death and immortality of personality, which manifests itself in the conscious and/or unconscious desire to influence other people with the help of English-language political discourse and other types of discourse in order to subjugate other individuals to one's will, selfish intentions and self-centered desires. Conclusions. The author comes to the conclusion that manipulation in the English-language political discourse is a word with a negative connotation, but in reality it is present in all linguistic expressions. Any successful communication is manipulation, even if it has no negative consequences.*

**Key words:** manipulation, discourse, political discourse, English-language political discourse, stylistic features, philology.

**Постановка проблеми.** Англomовний політичний дискурс є предметом вивчення багатьох науковців, але досі не існує єдиного визначення цього поняття. Цей факт може свідчити про складність і багатогранність політичного дискурсу, а також про його важливість для розуміння політичних процесів.

Маніпуляція в політичному дискурсі – це проблема, яка викликає все більше занепокоєння в суспільстві. Зростаючий інтерес до політики змушує людей задуматися про те, як мова використовується для впливу на їхні думки і дії.

Дискурс у цілому – це складне і багатогранне явище, яке вивчається не лише лінгвістами, а й представниками інших наук, таких як соціологія, філософія, соціологія, психологія, когнітивна метаантропологія, антропологія соціального буття та філологія. Раніше дискурс ототожнювали з текстом, але в сучасній лінгвістиці ці поняття розмежовуються. Дискурс – це не просто текст, а й комунікативна ситуація, в якій він виникає, а також знання та вміння, якими володіють учасники спілкування.

У зв'язку з цим слід проводити філологічні дослідження феномену маніпуляції в контексті англomовного політичного дискурсу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Серед останніх публікацій можна виділити дослідження маніпулятивних тактик С. Гаспаряна та З. Айрапетяна, які говорять, що «маніпуляція – це зловживання мовою, виражене свідомим застосуванням різноманітних мовних засобів. Таке вживання мови цілеспрямовано впливає на соціальний, міжособистісний та ментальний стан та поведінку слухача/читача, спрямовуючи його дії неправильним шляхом. Іntenціональність є одним з основних параметрів маніпуляції, що здійснює деструктивний ефект на індивіда, групу чи громадськість загалом. Залежно від обсягу та спрямованості маніпуляційних настроїв та інтенцій, які часто виходять за межі моралі, маніпулятор намагається перевернути реальність, спотворити факти і помилковими аргументами та доказами, які лише здаються переконливими, піднести свою суб'єктивну точку зору як істину. Це передбачає застосування певних тактик, які забезпечують успіх маніпулятора» [6, с. 26].

Дійсно, можна погодитися з авторами. Маніпуляція може здійснювати маніпулятивний вплив [6].

За українським дослідником Я. Табінським, «визначення «маніпуляція», за словниковим тлумаченням, означає дію з об'єктами із певними намірами або ж цілями. З латинської мови слово manus – рука, manipulus – пригорща, жменя, від manus і pre – наповнювати. У переносному значенні в більшості випадків маніпуляцію трактують як метод чи спосіб впливу на людей або ж управління ними.

Поняття маніпулятивної пропаганди розглядає професор Василь Лизанчук у своєму підручнику «Інформаційна безпека України: теорія і практика». Автор з'ясує, що маніпуляція – це вид духовного, психологічного впливу, який потребує значної майстерності і знань. Переважно мішенню дій маніпулятора є дух, психічні структури людської особистості. Ідеологічна машина використовує особливі формати маніпулятивної пропаганди такі як метод «гнилого оселедця», тобто медіа підбирають брехливе звинувачення і спрямовують на те, щоб викликати широке публічне обговорення» [2, с. 91].

Отже, серед сучасних наукових публікацій можна виділи імена трьох науковців – це С. Гаспарян, З. Хайрапетян та Я. Табінський.

**Мета статті** – дослідити та проаналізувати проблему маніпуляції в контексті англomовного політичного дискурсу. Реалізація мети передбачає вирішення таких завдань: 1) проаналізувати феномен маніпуляції як проблему англomовного політичного дискурсу; 2) запропонувати авторське визначення терміну маніпуляція.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Згідно з Вікіпедією, маніпуляція або психологічна маніпуляція – це «хитрість, спрямована на вплив або контроль над іншою людиною, як правило, у спосіб, який сприяє досягненню особистих цілей. Використані методи спотворюють або орієнтують сприйняття співрозмовником реальності, зокрема шляхом спокушання, навіювання, переконання та недобровільного чи згодного підпорядкування. Визначення цього терміну різняться залежно від конкретно включеної поведінки, залежно від культури та того, чи стосується воно загальної популяції чи

використовується в клінічних контекстах. Маніпуляція зазвичай вважається нечесною формою соціального впливу, оскільки вона використовується за рахунок інших.

Схильність до маніпуляції може виникати внаслідок розладів особистості кластера В, таких як нарцисизм, антисоціальний розлад особистості та прикордонний розлад особистості (зазвичай шляхом удавання занепокоєння або використання лестоців, ..., емоційного шантажу, бомбардування любов'ю або спокушання для отримання прихильності або щоб уникнути залишення). Маніпуляція також корелює з вищим рівнем емоційного інтелекту і є головним компонентом особистісного конструкту, що отримав назву «макіавеллізм» [7].

Отже, в феномені маніпуляції міститься мовний вплив. Мовний вплив – це здатність мови впливати на свідомість, позасвідоме і в цілому поведінку людей. Цей вплив здійснюється за допомогою різноманітних мовних засобів, таких як лексика, граматики, синтаксис, а також невербальних засобів, таких як жести індивідів, їхня міміка, їхні пози і способи оформлення і викладу тексту.

Мовна діяльність у політичному дискурсі є складним і багатограним процесом, який залежить від багатьох факторів, як мовних, так і немовних. Політичний діяч, який прагне переконати свою аудиторію, повинен враховувати як особистісні характеристики адресата, так і контекст ситуації. Він повинен також уміти створювати тексти, які будуть впливати на емоції, свідомість та позасвідоме аудиторії.

Отже, політик або іншими словами політичний діяч використовує мову як інструмент впливу на свідомість і поведінку людей. Він будує свою промову відповідно до психологічних закономірностей, враховуючи учасників спілкування, цілі, соціальні норми та культурні традиції. Таким чином, політика і влада мають свій філологічний, лінгвокультурологічний, особливий вимір, оскільки вони не існують поза мовою і культурою.

Згідно з Харківським національним університетом імені В. Н. Каразіна, «Оскільки маніпуляція суспільною свідомістю стала технологією, з'явилися професійні працівники, що володіють цією технологією (або її частинами).

До людей, свідомістю яких маніпулюють, ставляться не як до особистостей, а як до об'єктів, особливого роду речей, які позбавлені волі вибору. Маніпуляція – це частина технології влади, а не вплив на поведінку друга чи партнера.

Маніпулятор для управління натовпом використовує її соціальні, релігійні, культурні, етнічні та гендерні переваги і переконання, що служать основою загальної самоідентифікації групи. Необхідною умовою маніпуляції служить присутність образу ворога, організуючого натовпу як ціле. Легендарний крик натовпу: «Розіпни Його!» – служить найдавнішим свідченням формування керованої натовпу на основі релігійних установок і яскравого образу ворога.

Формування керованої натовпу за допомогою серії маніпуляцій стає ключовим інструментом процесу легітимізації і делегітимізації владних інститутів в сучасному світі» [4].

Маніпуляція в англійському політичному дискурсі – це інструмент, який використовується для того, щоб політика проникала в свідомість і поведінку людей на позасвідомому рівні від англійських речень та абзаців маніпулятивного звертання. Для цього використовуються різні прийоми, від простих, таких як використання займенника «ми» замість «я», до складних, таких як мовна гра, яка дозволяє створювати множинність смислів [5].

Згідно з «Психологічною енциклопедією», існують наступні ознаки психологічної маніпуляції:

«1. **Постійне відчуття провини.** Якщо ви постійно відчуваєте, що ви робите щось не так, навіть коли це не відповідає реальності, це може бути наслідком маніпуляції.

2. **Відчуття невпевненості.** Маніпулятори часто стараються підірвати вашу впевненість у собі, щоб ви більше поклалися на них.

3. **Залежність від думки інших.** Якщо ви відчуваєте, що ви не можете приймати рішення без консультації з іншими або без їхньої згоди, це може бути ознакою маніпуляції.

4. **Постійне наполягання.** Маніпулятори можуть постійно настоювати на вас робити щось, що ви не бажаєте робити, і відчувати вас провинними за відмову» [3].

Маніпуляція – це мистецтво впливу на емоційну складову людини. Це можна зробити за допомогою мови, використовуючи слова, які мають емоційний відтінок. Наприклад, щоб викликати гнів, можна використовувати слова «агресія», «війна», «захоплення». А щоб викликати співчуття, можна використовувати слова «бездомні», «сироти», «хворі».

Маніпуляція – це зброя емоцій. Вона використовує слова, щоб викликати в людині певні почуття, які потім впливають на її думки і дії.

Дослідження мовного маніпулювання є складним завданням, оскільки досліднику

не завжди вдається зрозуміти, чи маніпулює спікер співрозмовником навмисно, чи просто використовує прийоми мовної виразності.

Синтаксис англomовного політичного дискурсу – це потужний інструмент, який може бути використаний для впливу на думки та почуття аудиторії. Вибір синтаксичної позиції агенса може бути одним із способів маніпуляції аудиторією [1].

**Висновки.** Отже, маніпуляція в англomовному політичному дискурсі – це слово з негативним відтінком, але в дійсності вона присутня у всіх мовних висловлюваннях. Будь-

яка успішна комунікація – це маніпуляція, навіть якщо вона не має негативних наслідків.

Як висновок, ми можемо сформулювати наше власне, авторське визначення терміну маніпуляція в контексті англomовного політичного дискурсу. Отже, маніпуляція – це одна з форм проблеми смерті та безсмертя особистості, яка проявляється у свідомому та/чи позасвідомому бажанні впливати на інших людей за допомогою англomовного політичного дискурсу та інших видів дискурсу з метою підкорити інших індивідів своїй волі, егоїстичним намірам та егоцентричним бажанням.

### Література:

1. Прокопенко А. Стилістичні засоби синтаксису в політичному дискурсі (на матеріалі англomовних теледебатів). 2015. URL: [https://www.academia.edu/86465522/Стилістичні\\_засоби\\_синтаксису\\_в\\_політичному\\_дискурсі\\_на\\_матеріалі\\_англomовних\\_теледебатів](https://www.academia.edu/86465522/Стилістичні_засоби_синтаксису_в_політичному_дискурсі_на_матеріалі_англomовних_теледебатів) (дата звернення: 17.12.2023).
2. Табінський Я. Маніпуляція у фотожурналістиці під час інформаційної війни. *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика*. 2019. Випуск 45. С. 90–99. URL: <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/05/Visnyk-45-druk.pdf#page=90> (дата звернення: 17.12.2023).
3. Український психологічний хаб. Психологічна енциклопедія. Ознаки психологічної маніпуляції. URL: <https://www.psykholoh.com/post/психологічна-маніпуляція-це> (дата звернення: 17.12.2023).
4. Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна Тема 1. Маніпуляція: визначення, підходи до вивчення. URL: <http://socio.karazin.ua/resources/941ddffc75adf9fd96411cc79168a381.pdf> (дата звернення: 17.12.2023).
5. Ясакова Н. Ми замість я: семантика і прагматика. 2017. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/9e850adb-140c-4af6-8575-c106e7da34aa> (дата звернення: 17.12.2023).
6. Gasparayan S., Hayrapetyan Z. Manipulative tactics employed by azerbaijani authors in online media resources. *Cognition, communication, discourse*. № 21. 2020. P. 25–35. URL: <https://periodicals.karazin.ua/cognitiondiscourse/article/view/16726> (дата звернення: 17.12.2023).
7. Wikipedia Manipulation (psychology). URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Manipulation\\_\(psychology\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Manipulation_(psychology)) (дата звернення: 17.12.2023).

### References:

1. Prokopenko A. (2015). Stylistychni zasoby syntaksysu v politychnomu dyskursi (na materialy anhlomovnykh teledebativ) [Stylistic means of syntax in political discourse (on the material of English-language TV debates)]. Retrieved from [https://www.academia.edu/86465522/Стилістичні\\_засоби\\_синтаксису\\_в\\_політичному\\_дискурсі\\_на\\_матеріалі\\_англomовних\\_теледебатів](https://www.academia.edu/86465522/Стилістичні_засоби_синтаксису_в_політичному_дискурсі_на_матеріалі_англomовних_теледебатів) [in Ukrainian].
2. Tabins'kyu YA. Manipulyatsiya u fotozhurnalistytsi pid chas informatsiynoyi viyny [Manipulation in photojournalism during the information war]. *Visnyk L'vivs'koho universytetu. Seriya : Zhurnalistyka*. 2019. Vypusk 45. S. 90–99. Retrieved from <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/05/Visnyk-45-druk.pdf#page=90> [in Ukrainian].
3. Ukrayins'kyu psykholohichnyy khab. Psykholohichna entsyklopediya. Oznaky psykholohichnoyi manipulyatsiyi [Signs of psychological manipulation]. Retrieved from <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/05/Visnyk-45-druk.pdf#page=90> [in Ukrainian].
4. Kharkivs'kyu natsional'nyy universytet imeni V. N. Karazina Tema 1. Manipulyatsiya: vyznachennya, pidkhody do vyvchennya [Topic 1. Manipulation: definition, approaches to study]. Retrieved from <http://socio.karazin.ua/resources/941ddffc75adf9fd96411cc79168a381.pdf> [in Ukrainian].
5. Yasakova N. (2017). My zamist' ya: semantyka i prahmatyka [We instead of I: semantics and pragmatics]. Retrieved from <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/9e850adb-140c-4af6-8575-c106e7da34aa> [in Ukrainian].
6. Gasparayan S., Hayrapetyan Z. (2020). Manipulative tactics employed by azerbaijani authors in online media resources. *Cognition, communication, discourse*. № 21. P. 25–35. Retrieved from <https://periodicals.karazin.ua/cognitiondiscourse/article/view/16726> [in English].
7. Wikipedia Manipulation (psychology). Retrieved from [https://en.wikipedia.org/wiki/Manipulation\\_\(psychology\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Manipulation_(psychology))



УДК 811.111'373.6:61

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2023.3.2>**Кристина КРУПЕЙ**

кандидат біологічних наук, старший викладач, Запорізький державний медико-фармацевтичний університет, просп. Маяковського, 26, м. Запоріжжя, Україна, 69035  
ORCID: 0000-0003-1522-1060

**Krystyna KRUPIEI**

PhD in Biology, Senior Lecturer, Zaporizhzhia State Medical and Pharmaceutical University, 26, Maiakovskoho ave., Zaporizhzhia, Ukraine, 69035  
ORCID: 0000-0003-1522-1060

**СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕРМІНООДИНИЦЬ  
ІНФЕКТОЛОГІЇ****STRUCTURAL FEATURES OF INFECTOLOGY TERMS**

*Кожен етап наукового дослідження, написання науково-методичного видання передбачає використання спеціалізованих термінів, які не лише конкретизують поняття, але й формулюють основні закони та принципи. Термінологія інфектології постійно змінюється, її обсяг і семантика можуть еволюціонувати попри те, що спостерігаються сталі тенденції утворення нових термінів для різних терміносистем. **Мета статті** – провести аналіз структурних особливостей англомовних термінів у галузі інфектології та їх відображення в перекладі. Для дослідження поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання: 1) з'ясувати структурні особливості терміноодиниць інфектології; 2) встановити словотвірні шляхи номінації англійських термінів галузі інфектології. **Наукова новизна** полягає у спробі власного дослідження структурно-семантичних особливостей сучасних термінів інфектології. **Методи дослідження.** Дослідження здійснювали на основі використання таких методів: лінгвістичного спостереження та аналізу, описового і компонентного методів, методу аналізу словникових дефініцій та статистичних методів обчислення кількісних результатів, метод суцільного добору термінів з фахового тексту інфектології для укладення словників. **Висновки.** Добір термінів галузі інфектології (604 терміни) мав субстантивний характер (98 % добору складало іменники, 2 % – прикметники). На основі структурного аналізу доборів було виділено шість структурних груп термінів галузі інфектології: кореневі, похідні, складні терміни, терміни-словосполучення, номенклатури та терміни-абрєвіатури. Останні є активним способом утворення нових термінів інфектології, особливо за останні 3–5 років, що підтверджує загальну тенденцію щодо компресії інформації в фахових текстах. До найпродуктивніших груп скорочень відносяться: алфавітні абрєвіатури, акроніми та змішані абрєвіатури, які орієнтовані на швидку передачу інформації в максимально стислій формі.*

**Ключові слова:** інфектологія, кореневі терміни, складні слова, номенклатура, абрєвіатура.

*Each stage of scientific research and writing a methodological material involves the use of specialized terms that not only specify concepts but also formulate basic laws and principles. The terminology of infectology is constantly changing, its scope and semantics can evolve despite the fact that there are steady trends in the formation of new terms for different terminology systems. The **aim** of the article is to analyze the structural features of English-language terms in the field of infectology and their reflection in translation. In order to study this aim, it is necessary to solve the following **tasks**: 1) to find out the structural features of infectology terms; 2) to establish word-formation ways of nominating English terms in the field of infectology. The **scientific novelty** lies in the attempt to study the structural and semantic features of modern terms of infectology. **Research methods.** The research was carried out on the basis of the following methods: linguistic observation and analysis, descriptive and component methods, the method of analyzing dictionary definitions and statistical methods of calculating quantitative results, the method of continuous selection of terms from the professional text of infectology for compiling dictionaries. **Conclusions.** The selection of terms in the field of infectology (604 terms) was of a substantive nature (98 % of the selection consisted of nouns, 2 % were adjectives). Based on the structural analysis of the selections, six structural groups of terms in the field of infectology were identified: root terms, derivatives, compound terms, phrase terms, nomenclature, and abbreviations. The latter are an active way of creating new infectology terms, especially in the last from 3 to 5 years, which confirms the general trend of information compression in professional texts. The most productive groups of abbreviations include: alphabetic abbreviations, acronyms and mixed abbreviations, which are focused on the rapid transfer of information in the most concise form.*

**Key words:** infectology, root terms, compound words, nomenclature, abbreviation.

**Актуальність проблеми.** Інфектологія – молода галузь медицини з багатою історією, у межах якої вивчають розвиток інфекційного процесу, хвороби або патології в організмі,

розробляють методи діагностики, а також досліджують лікування та профілактику захворювань, що виникають. З лінгвістичної точки зору, вивчення термінологічної системи

інфектології є перспективним, оскільки її термінологія знаходиться на етапі формування та характеризується мінливістю й безперервним поповненням новими лексичними одиницями. Через це науково-педагогічні працівники медичних університетів, які викладають англійською студентам дисципліни «Інфекційні хвороби», «Мікробіологія, вірусологія та імунологія» тощо, вимушені проводити глибокий аналіз структурних особливостей термінів в цій галузі. Даний досвід має важливе значення для підготовки методичних матеріалів та навчальних посібників, спрямованих на покращення процесу вивчення клінічних дисциплін студентами, для яких галузь інфектології є суттєвою складовою медичної освіти.

Враховуючи склад добору автора та спираючись на класифікацію А. С. Дьякова, Т. Р. Кияка та З. Б. Куделько [3, с. 13], вважаємо доцільним виділити наступні структурні типи термінів:

1. Терміни-кореневі слова;
2. Похідна лексика:
  - а) терміни, утворені за допомогою суфіксації;
  - б) терміни, утворені за допомогою префіксації.
3. Терміни-складні слова.
4. Терміни-словосполучення.
5. Терміни-аббревіатури.
6. Номенклатура.

У статті будуть розглянуті групи корневих і складних термінів, а також номенклатури та аббревіатури.

**Визначення мети дослідження.** Мета статті – провести аналіз структурних особливостей англійських термінів у галузі інфектології та їх відображення в перекладі. Для дослідження поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання: 1) з'ясувати структурні особливості терміноодиниць інфектології; 2) встановити словотвірні шляхи номінації англійських термінів галузі інфектології.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз структурних особливостей термінів має «велике значення для кращого розуміння їх утворення, а також дозволяє встановити найпродуктивніші словотвірні моделі, що дає можливість прогнозувати подальший розвиток будь-якої терміносистеми» [1, с. 47]. Попри значну кількість досліджень медичних термінів загалом, та певних підгалузей зокрема, в розвідках: Л. В. Застріжної, А. В. Косенко, О. С. Ісаєвої, Ю. Г. Макаренко, Л. М. Нетребчук, Р. Ю. Перхач, Т. Ф. Скуратової, І. В. Ткаченко, М. Р. Сусуловської, термінологія інфектології залишилася на периферії

сучасної лінгвістики на перекладознавстві. Серед поодиноких розвідок слід виділити роботи О. О. Крюгер [5] та авторського колективу В. Г. Синиці, О. В. Мироник, М. М. Телеки [7], де дослідниці представляють своє трактування ключових термінів інфектології.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Матеріалом дослідження стали 604 англійських терміни галузі інфектології, відібраних із підручника “Medical Microbiology. A Guide to Microbial Infections: Pathogenesis, Immunity, Laboratory Investigation and Control” [9] та їх відтворення в українському перекладі «Медична мікробіологія. Посібник з мікробних інфекцій: патогенез, імунітет, лабораторна діагностика та контроль» [6].

Переважає більшість термінів має субстантивний характер. 98 % добору складають іменники, 2 % – прикметники. Факт домінування іменникових форм в термінології інфектології лише доводить загальну думку лінгвістів, що «термін має переважно субстантивний характер» [2, с. 184]. Завдяки своїм категоріальним ознакам, іменник є основним засобом вираження наукового поняття та активно бере участь у процесах номіналізації, що уможливує створення таксономічних класифікацій.

Кореневі терміни складають 5,4 % (33) добору. В переважній більшості вони представлені вузькогалузевими термінами, які позначають хвороби: cholera, malaria, plague, diphtheria, measles, rubella, anthrax, chlamydia, rabies, tetanus, та їх прояви: hives, favus, furuncle, phlegmon, whitlow, papule, carbuncle, chancre. До цієї групи також відносяться міжгалузеві медичні терміни, які описують зовнішні прояви хвороб: chill, fever, nausea, lethargy, vertigo.

Однак, наявність терміноодиниць в доборі: fly, louse, mosquito, tick повертає нас до функціонального підходу щодо визначення терміна, а це означає, що «терміни – це не особливі слова, а лише слова в особливій функції, а саме у функції назви» [3, с. 15]. В контексті передачі трансмісивних інфекцій fly – муха; louse – воша; mosquito – комар, москіт; tick – кліщ можуть вважатися термінами галузі інфектології, адже вони включені в вузькогалузеву термінологію як переносники.

Складні терміни не є характерними для термінології інфектології, та їх відсоток в доборі незначний 2,1 % (9). Переважною структурою є: **Noun + Noun**: coxsackieviruses, chickenpox, nightmare, hidradenitis, herpesviruses, gonorrhoea. Структура **Adj + Noun** представлена всього трьома термінами: campylobacteriosis, cryptosporidiosis, smallpox. В цій групі звертає увагу наявність грецьких та латинських складових: hidradenitis – від лат. іменника hidra

(sweat), *gonorrhoea* – від грец. іменників: *gonos* (seed) + *rhoē* (flow), *campylobacteriosis* – від грец. прикметника *kampylos* (bent, curved).

Добір інфектології містить також номенклатуру, але її відсоток невеликий – 4,3 % (26). Ця група складається з двох підгруп: вакцини та збудники інфекційних захворювань.

З 1796 року, коли Е. Дженнер розробив безпечну вакцину проти натуральної віспи, почалася нова ера боротьби з інфекціями. За більше ніж 200 років активної розробки та провадження вакцин різних типів та вивчення їх принципу дії вдалося захистити людину від безлічі інфекцій. В доборі представлені: живі вакцини: *Varilrix*; інактивовані (убиті) вакцини / субодиничні: *Twinrix* (GSK), *Influvac*, *CoronaVac*, *GC Flu*, *Novavax COVID-19 vaccine*; векторні (рекомбінантні) вакцини: *Engerix B*, *Hepelisav-B*, *Oxford–AstraZeneca COVID-19 vaccine*, *Gam-COVID-Vac*, *Janssen COVID-19 vaccine*; РНК вакцини: *Pfizer–BioNTech COVID-19 vaccine*, *Moderna COVID-19 vaccine* та кон'юговані вакцини: *Synflorix*, *Menactra*. Безумовно, черговий пік випуску вакцин припав на кінець 2020–2021 рр., коли фармацевтичні гіганти почали випускати на ринок вакцини проти коронавірусу.

Словесне позначення мікробів має велике значення, оскільки вони є чисельною та різноманітною за рівнем організації частиною організмів. Найменування відбувається за «встановленими правилами та рекомендаціями, викладеними в Міжнародному кодексі номенклатури бактерій (МКНБ) або Бактеріологічному кодексі (БК). Він містить прийняті позначення, за якими організми є загально-визнаними» [11, с. 2]. У цій бінарній системі номенклатури кожному організму присвоюється рід і вид латинського або грецького походження. Родова назва пишеться з великої літери, видова – з малої. Так, до стрептококів належать *Streptococcus pneumoniae* (один з основних збудників бактеріальної пневмонії та менінгіту), *Streptococcus pyogenes* (агент стрептококової інфекції групи А, зокрема стрептококового фарингіту), *Streptococcus agalactiae* (збудник менінгіту у новонароджених та людей похилого віку). Родову назву можна скоротити (у формі першої літери назви з крапкою): збудник холери – *Vibrio cholerae* = *V. cholerae*. Однак також ще є неформальне позначення: *staphylococci* (стафілококи), *streptococci* (стрептококи), *enterococci* (ентерококи), які використовуються для позначення певної групи організмів. Ці позначення не пишуться з великої літери і не виділяються курсивом.

У виборці представлений широкий спектр мікробів: збудник дифтерії – *Corynebacterium diphtheriae*, збудник стрептобацильозу – *Streptobacillus moniliformis*, збудник кількох захворювань людини, зокрема сифілісу – *Treponema pallidum*, збудник легіонельозу – *Legionella pneumophila*, вид бактерії, яка викликає у людини захворювання респіраторного тракту – *Mycoplasma pneumoniae*.

Таким чином, кореневі, складні терміни та номенклатури є нечисельними в доборі, але вони складають невіддільну частину терміноодиноць інфектології.

Відсоток абrevіатур у доборі галузі інфектології також невеликий – 6,1 % (37), але ми вважаємо абrevіацію досить продуктивним способом словотворення, оскільки 11,5 % термінів мають абrevіатури в якості «синонімічних дублетів» [4, с. 72].

Динамізм сучасного інформаційного суспільства сприяє збільшенню нових понять, а отже, термінів, що їх позначають. В медицині взагалі, і в інфектології зокрема, відбувається постійне розроблення та впровадження нових методів обстеження, діагностики та лікування, з'являються нові ліки та новітні прилади, що призвело до появи нових термінів та термінологічних словосполучень. «У прагненні передати максимальну кількість інформації за мінімальний час, тобто через тенденції до економії мовленнєвих зусиль, мовленнєвого часу та економії мовних засобів» [8, с. 126], фахові термінології послуговуються абrevіацією, тобто утворенням абrevіатур. Під абrevіатурою (від лат. *abbreviatio* – скорочую), вслід за Л. І. Запоточною розуміємо «слово (як правило іменник), створене шляхом скорочення простого слова або компонентів складного слова чи елементів твірної сполуки до рівня звуків або букв, складів чи інших фрагментів слів» [4, с. 72]. Нові терміни, які є знаками вторинної культури, вживаються в мові для того, щоб замінити довгі описові конструкції стислішими. У цьому сенсі абrevіатура слугує незамінним засобом передавання і зберігання інформації та дуже важливим засобом компресії. З початком пандемії коронавірусної інфекції у 2019 році кількість абrevіатур у наукових публікаціях в галузі інфектології значно збільшилася [10]. Це пов'язано з тим, що англійська мова схильна до спрощення граматичних конструкцій та економії мовних засобів, тому систему абrevіатур є сильно розгалуженою та має великі перспективи для її подальшого розвитку.

Аналіз добору довів, що найпродуктивнішою групою абrevіатур галузі інфектології є ініціальні абrevіатури, оскільки вони є

короткими за формою та ємними за змістом. Серед них виділяються:

алфавітні аббревіатури: **HBcAg** ← *Hepatitis B core Antigen* – серцевинний антиген (*cor*); **HBV-DNA** ← *Hepatitis B Virus DNA* – ДНК вірусу гепатита В; **HCV-RNA** ← *Hepatitis C Virus RNA* – РНК вірусу гепатита С. В доборі спостерігається також ускладнення аббревіатури шляхом додавання цифр: **MRC-5** ← *Medical Research Council cell strain 5* – культура диплоїдних клітин людини MRC-5; **gp120** ← *surface protein gp120 (SU)* – глікопротеїн масою 120 кДа.

акроніми: **Echovirus** ← *ECHO: Enteric Cytopathic Human Orphan virus* – ECHO-віруси; **Arbovirus** ← *arthropod-borne viruses* – арбовіруси, артропонозні віруси; **HeLa** – лінія клітин, що використовуються для культивування вірусів, були отримані з ракової пухлини пацієнтки Генрієтти Лакс (англ. **Henrietta Lacks**) і названі на її честь; **CAMP (test)** ← *Christie, Atkinson, Munch, Peterson* – CAMP тест, тест для виявлення β-гемолітичних стрептококів групи В, який отримав назву від перших літер прізвищ своїх авторів; **EUCAST** ← *European Committee on Antimicrobial Susceptibility Testing* – Європейський комітет з тестування чутливості до антимікробних препаратів; **TORCH (syndrome)** ← *Toxoplasmosis, Others (Syphilis, Hepatitis B, etc.), Rubella, Cytomegalovirus (Cmv), And Herpes Simplex* – TORCH-комплекс. Термін утворений від перших літер інфекційних хвороб англійською мовою: токсоплазмоз, інші хвороби (сифіліс, вірусний гепатит В тощо), краснуха, цитомегаловірусна інфекція, герпес, що передаються від вагітної жінки до плода та можуть призвести до тяжких аномалій розвитку або навіть його загибелі.

Наступною групою за активністю утворення термінів є змішані аббревіатури, де одна частина – це літера або цифра, а інша – слово: **DPT vaccine** ← *diphtheria, pertussis, tetanus* – вакцина АКДП (адсорбована коклюшно-дифтерійно-правцева вакцина; **MIC method** ← *Minimum Inhibitory Concentration* – метод

мінімальних інгібуючих концентрацій; **ssDNA viruses** ← *Single-stranded DNA* – одноланцюгові ДНК-віруси; **K antigen (K-Ag)** ← *Kell antigen* – К-антиген, капсульний антиген; **O antigen (O-Ag)** ← *outer carbohydrates* – O-антиген, соматичний антиген; **Vi antigen (Vi-Ag)** ← *virulence capsular polysaccharide* – Vi-антиген, антиген вірулентності бактерій. Останні приклади демонструють цікаву особливість добору, а саме наявність варіантів скорочень, що говорить про активні словотворчі процеси в термінології інфектології та її схильність до компресії.

В доборі також є незначна кількість усічень: **Anti-Hbcor** ← *Antibodies to Hepatitis B Core Antigen* – антитіла до серцевинного антигена (*cor*); **Anti-HBeAg** ← *Antibodies Hepatitis to Be-antigen, Anti-HBc* – антитіла до внутрішнього антигену; **APOBEC3G** *Apolipoprotein B mRNA editing enzyme catalytic subunit 3G* – антивірусний білок A3G, APOBEC3G.

Отже, аббревіація є активним способом утворення нових термінів інфектології, що підтверджує загальну тенденцію щодо компресії інформації в фахових текстах. До найпродуктивніших груп скорочень відносяться: алфавітні аббревіатури, акроніми та змішані аббревіатури, які орієнтовані на швидку передачу інформації в максимально стислій формі.

**Висновки та пропозиції.** На основі структурного аналізу доборів було виділено шість структурних груп термінів галузі інфектології: кореневі (5,4 %), похідні (19,8 %), складні терміни (2,1 %), терміни-словосполучення (62,3 %), терміни-аббревіатури (6,1 %) та номенклатури (4,3 %).

Отримані результати пропонуємо використовувати викладачам медичних університетів України при розробці методичних матеріалів та навчальних посібників, спрямованих на поліпшення процесу вивчення іноземними студентами клінічних дисциплін. Перспективою подальших досліджень є проведення детального аналізу похідних термінів та термінів-словосполучень в доборі галузі інфектології.

#### Література:

1. Волошук В. І., Гура Н. П., Петруша Ю. Ю. Структурно-морфологічні особливості англійських епонімів терміносистеми травматології та ортопедії. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. 2021. Т. 1. Вип. 50. С. 46–49.
2. Дудок Р. І. Проблема значення та смислу терміна в гуманітарних науках : монографія. Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2009. 358 с.
3. Д'яков А. С., Кияк Т. Р., Куделько З. Б. Основи термінотворення: семантичні та соціолінгвістичні аспекти. К. : КМ Academia, 2000. 218 с.
4. Запоточна Л. Аббревіація в системі сучасної кардіологічної термінологічної номінації. *Актуальні питання суспільних наук та історії медицини*. 2014. № 1. С. 71–77.

5. Крюгер О. О. Сучасне трактування термінології в інфектології. *Інфекційні хвороби*. 2013. № 3. С. 100–103.
6. Медична мікробіологія. Посібник з мікробних інфекцій: патогенез, імунітет, лабораторна діагностика та контроль : у 2 томах. Том 1 / під. ред. Майкл Р. Барер, В. Ірвінг, Е. Свонн, Н. Перера. К. : Медицина, 2020. 434 с.
7. Синиця В. Мироник Е., Телеки М. Ключові терміни галузі медицини «Інфектологія». *Modern Engineering and Innovative Technologies*. 2019. Т. 5, № 7. С. 59–64.
8. Скрипник М. І., Костенко В. Г. Абревіація в текстах англomовних фахових статей зі стоматології в діахронічному аспекті. *Закарпатські філологічні студії*. 2021. Т. 2, № 19. С. 125–130.
9. *Medical Microbiology. A Guide to Microbial Infections: Pathogenesis, Immunity, Laboratory Investigation and Control* / edited by Michael R. Barer, W. L. Irving, A. Swann, N. Perera. Edinburgh : Elsevier, 2018. 760 p.
10. Riabokon O. V., Cherkaskyi V. V., Riabokon Y. Y., Shcherbyna R. O. Clinical and prognostic value of parameters of cytokine regulation in oxygen-dependent patients with the coronavirus disease COVID-19. *Pathologia*. 2023. № 20(2). pp. 126–134. URL: <https://doi.org/10.14739/2310-1237.2023.2.283531>
11. Tille P. M. *Bailey & Scott's diagnostic microbiology*. St. Louis, Missouri : Elsevier, 2017. 1136 p.

### References:

1. Voloshuk, V. I., Hura, N. P., Petrusha, Yu. Yu. (2021). Strukturno-morfologichni osoblyvosti anhliiskyykh eponimiv terminosystemy travmatolohii ta ortopedii [Structural and morphological peculiarities of English eponyms in the terminology of traumatology and orthopedics]. *Naukovyi visnyk mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya : Filolohiia*. T. 1. Vyp. 50. S. 46–49 [in Ukrainian].
2. Dudok, R. I. (2009). Problema znachennia ta smyslu termina v humanitarnykh naukakh [The problem of the meaning and sense of the term in the humanities]: monohrafiia. Lviv : Vydavnychiy tsentr LNU imeni Ivana Franka. 358 s. [in Ukrainian].
3. Diakov, A. S., Kyiak, T. R., Kudelko, Z. B. (2000). Osnovy terminotvorennia: semantychni ta sotsiolingvistychni aspekty [Basics of term formation: semantic and sociolinguistic aspects]. K. : KM Academia. 218 s. [in Ukrainian].
4. Zapotochna, L. (2014). Abreviatsiia v systemi suchasnoi kardiologichnoi terminologichnoi nominatsii [Abbreviation in the system of modern cardiology terminology]. *Aktualni pytannia suspilnykh nauk ta istorii medytsyny*. № 1. S. 71–77 [in Ukrainian].
5. Kriuher, O. O. (2013). Suchasne traktuvannia terminolohii v infektolohii [Modern interpretation of terminology in infectious diseases]. *Infektsiini khvoroby*. № 3. S. 100–103 [in Ukrainian].
6. Medychna mikrobiolohiia. Posibnyk z mikrobynykh infektsii: patohenez, imunitet, laboratorna diahnostyka ta kontrol [Medical Microbiology. A Guide to Microbial Infections: Pathogenesis, Immunity, Laboratory Investigation and Control]: u 2 tomakh. Tom 1 (2020) / pid. red. Maikl, R. Barer, V. Irvinh, E. Svonn, N. Perera. K. : Medytsyna. 434 s. [in Ukrainian].
7. Synytsia, V. Myronyk, E., Teleky, M. (2019). Kliuchovi terminy haluzi medytsyny «Infektolohiia» [Key terms of the field of medicine “Infectious diseases”]. *Modern Engineering and Innovative Technologies*. T. 5, № 7. S. 59–64 [in Ukrainian].
8. Skrypnyk, M. I., Kostenko, V. H. (2021). Abreviatsiia v tekstakh anhломovnykh fakhovykh statei zi stomatolohii v diahronichnomu aspekti [Abbreviations in the texts of English-language professional articles on dentistry in the diachronic aspect]. *Zakarpatski filologichni studii*. T. 2, № 19. S. 125–130 [in Ukrainian].
9. *Medical Microbiology. A Guide to Microbial Infections: Pathogenesis, Immunity, Laboratory Investigation and Control* (2018) / edited by Michael, R. Barer, W. L. Irving, A. Swann, N. Perera. Edinburgh : Elsevier. 760 p.
10. Riabokon, O. V., Cherkaskyi, V. V., Riabokon, Y. Y., Shcherbyna, R. O. (2023). Clinical and prognostic value of parameters of cytokine regulation in oxygen-dependent patients with the coronavirus disease COVID-19. *Pathologia*. № 20(2). pp. 126–134. Retrieved from <https://doi.org/10.14739/2310-1237.2023.2.283531>
11. Tille, P. M. (2017). *Bailey & Scott's diagnostic microbiology*. St. Louis, Missouri : Elsevier. 1136 p.

## ЖУРНАЛІСТИКА

УДК 304:81`27:316.4

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2023.3.3>

### Марина ОТРИШКО

аспірантка, Сумський державний університет, вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, Україна, 40007  
ORCID: 0000-0001-7944-5085

### Наталія ХАРКЕВИЧ

кандидат історичних наук, доцент кафедри журналістики та нових медіа, Київський університет імені Бориса Грінченка, вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2, Київ, Україна, 04053  
ORCID: 0009-0007-8566-8438

### Maryna OTRISHKO

Postgraduate Student of Sumy State University, 2, Rymaskogo-Korsakova str., Sumy, Ukraine, 40007  
ORCID: 0000-0001-7944-5085

### Natalya KHARKEVYCH

Candidate of Historical Sciences, Associate Professor at the Department of Journalism and New Media, Borys Grinchenko Kyiv University, 18/2, Bulvarno-Kudriavska str., Kyiv, Ukraine, 04053  
ORCID: 0009-0007-8566-8438

## МЕДІАДИСКУРС ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ЕЛЕМЕНТ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ МАЛИХ МІСТ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ДОСЛІДЖЕННЯ

## MEDIA DISCOURSE AS A DEFINING ELEMENT OF THE SOCIO-COMMUNICATION MODEL OF THE INFORMATION SPACE OF SMALL CITIES: TRENDS AND MAIN DIRECTIONS OF RESEARCH

Поняття медіадискурсу, соціальної комунікації та інформаційного простору є достатньо розробленими, проте комплексне дослідження медіадискурсу як визначального елементу соціокультурної моделі інформаційного простору малих міст не проводилося. Це дозволило сформулювати основну мету статті – охарактеризувати сутнісні особливості медіадискурсу як визначального елементу соціокультурної моделі інформаційного простору малих міст. Автор виділяє такі основні параметри, що характеризують медіадискурс у зазначених умовах: 1) пріоритетне джерело отримання інформації; 2) ступінь довіри до джерела інформації; 3) емоційна реакція на отриману інформацію; 4) когнітивна реакція на отриману інформацію; 5) ступінь подальшого розповсюдження отриманої інформації; 6) коло залучених людей; 7) якісні показники продукування власного контенту; 8) кількісні показники продукування власного контенту; 9) пріоритетний канал розповсюдження власного контенту; 10) отримання зворотного зв'язку. З урахуванням означених параметрів медіадискурсу було створено опитувальник для жителів малих міст. Було виявлено, що респондентів, які споживають та продукують медіадискурс, умовно можна поділити на три основні групи. Перша група характеризується помірним споживанням інформаційного контенту, помірним продукуванням інформаційного контенту і середнім рівнем реалізації соціокомунікаційних зв'язків. Друга група визначається інтенсивним споживанням інформаційного контенту, інтенсивним продукуванням інформаційного контенту, високим рівнем реалізації соціокомунікаційних зв'язків. Третя група характеризується помірним споживанням інформаційного контенту, низьким продукуванням інформаційного контенту, низьким рівнем реалізації соціокомунікаційних зв'язків. Подальші наукові розвідки у зазначеному напрямку будуть корисними для гуманітарних і суспільних досліджень, у центрі уваги яких знаходяться проблеми масової соціальної комунікації, соціальної лінгвістики та соціальної інформатики.

**Ключові слова:** медіадискурс, соціокомунікаційна модель, інформаційний простір, мале місто.

*The concepts of media discourse, social communication and information space are sufficiently developed, a simple comprehensive study of media discourse as a defining element of the socio-cultural model of the information space of small cities has not been conducted. This made it possible to formulate the main goal of the article – to characterize the essential features of media discourse as a defining element of the sociocultural model of the information space of small cities. The author singles out the following main parameters that characterize the media discourse in the specified conditions: 1) priority source of obtaining information; 2) the degree of trust in the source of information; 3) emotional reaction to the received information; 4) cognitive reaction to the received information; 5) degree of further distribution of the received information; 6) circle of involved people; 7) qualitative indicators of production of own content; 8) quantitative indicators of production of own content; 9) priority channel for distribution of own content; 10) receiving feedback. Based on the specified parameters of the media discourse, a questionnaire was created for residents of small towns. It was found that respondents who consume and produce media discourse can be conditionally divided into three main groups. The first group is characterized by a moderate consumption of information content, a moderate production of information content and an average level of implementation of social and communication ties. The second group is determined by intensive consumption of information content, intensive production of information content, high level of implementation of social and communication ties. The third group is characterized by moderate consumption of information content, low production of information content, low level of implementation of social and communication ties. Further scientific research in the specified direction will be useful for humanities and social studies, the focus of which are the problems of mass social communication, social linguistics and social informatics.*

**Key words:** media discourse, socio-communication model, information space, small town.

**Актуальність проблеми.** Постійні трансформації соціокультурних та інформаційно-комунікаційних процесів із необхідністю ставлять питання про особливості розвитку і видозмін сучасного медіадискурсу. Оновлення засобів масової інформації, інноваційні підходи до представлення контенту призводять до загальних змін у функціонуванні інформаційних потоків. У свою чергу, це створює фундамент для компаративного аналізу зазначених змін у різних просторових вимірах, зокрема у малих містах. Таким чином, все більшої актуальності набувають проблеми, пов'язані, по-перше, з визначенням сутності і особливостей медіадискурсу як фундаментального елементу соціальної комунікації, по-друге, з сутністю і принциповими особливостями соціокомунікаційної моделі інформаційного простору, по-третє, з інформаційним простором малих міст як особливою формою хронотопу.

**Аналіз основних досліджень і публікацій.** Теоретичним фундаментом здійсненого дослідження стали роботи, присвячені аналізу понять «медіадискурс», «соціальна комунікація», «інформаційний простір» і «мале місто». Сутність і основні особливості медіадискурсу розглядалися такими авторами, як Д. Ю. Коритнік [4], Н. О. Рябокін [9], О. Суська [11]. Характеристиці соціальної комунікації присвячені праці Л. Городенко [1], В. Ільганаєвої [3], О. Красняк [5], І. Левченко [6]. Поняття інформаційного простору знаходиться в центрі уваги В. М. Даніча [2], С. М. Матвієнківа [8], О. М. Солодкої [10]. Соціокультурні особливості малих міст аналізував В. Лях [7]. Незважаючи на розробленість проблематики зазначених категорій, комплексне дослідження медіадискурсу як визначального елементу соціокультурної

моделі інформаційного простору малих міст не проводилося. Такий стан речей дозволив сформулювати основну мету статті.

**Мета дослідження** – характеристика сутнісних особливостей медіадискурсу як визначального елементу соціокультурної моделі інформаційного простору малих міст. Для реалізації зазначеної мети було здійснено ряд завдань: 1) виявити основні параметри медіадискурсу в окреслених просторово-часових рамках; 2) провести опитування представників малих міст для виявлення особливостей функціонування медіадискурсу; 3) здійснити якісно-кількісний аналіз отриманих результатів за допомогою статистичних методів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Аналіз теоретико-методологічної бази дослідження дозволив сформулювати визначення медіадискурсу як визначального елементу соціокультурної моделі інформаційного простору малих міст наступним чином: це сукупність процесів і продуктів мовленнєвої діяльності, які відбуваються в рамках функціонування соціально значущої інформації у відносно невеликій соціальній спільноті.

З авторської точки зору, основними параметрами, що характеризують медіадискурс у зазначених умовах, є такі: 1) пріоритетне джерело отримання інформації; 2) ступінь довіри до джерела інформації; 3) емоційна реакція на отриману інформацію; 4) когнітивна реакція на отриману інформацію; 5) ступінь подальшого розповсюдження отриманої інформації; 6) коло залучених людей; 7) якісні показники продукування власного контенту; 8) кількісні показники продукування власного контенту; 9) пріоритетний канал розповсюдження власного контенту; 10) отримання зворотного зв'язку.

З урахуванням виділених параметрів медіадискурсу було створено опитувальник для жителів малих міст. Загалом в емпіричному дослідженні взяли участь 100 респондентів: 50 із них відповіли на питання за допомогою гугл-форм, 50 – в усній формі. Нижче представлений узагальнений варіант опитувальника.

1. Пріоритетне джерело отримання інформації: 1.1) друковані ЗМІ; 1.2) аудіовізуальні ЗМІ; 1.3) електронні ЗМІ.

2. Ступінь довіри до джерела інформації: 2.1) низький; 2.2) середній; 2.3) великий.

3. Емоційна реакція на отриману інформацію: 3.1) переважно негативна; 3.2) переважно нейтральна; 3.3) переважно позитивна.

4. Когнітивна реакція на отриману інформацію: 4.1) забування; 4.2) осмислення; 4.3) створення власного контенту.

5. Ступінь подальшого розповсюдження отриманої інформації: 5.1) низький; 5.2) середній; 5.3) великий.

6. Коло залучених людей: 6.1) невелике; 6.2) середнє; 6.3) велике.

7. Якісні показники продукування власного контенту: 7.1) особистісно значуща інформація; 7.2) соціально значуща інформація; 7.3) глобально значуща інформація.

8. Кількісні показники продукування власного контенту: 8.1) низький рівень; 8.2) середній рівень; 8.3) високий рівень.

9. Пріоритетний канал розповсюдження власного контенту: 9.1) міжособистісна приватна комунікація; 9.2) локальні соціальні мережі та платформи; 9.3) глобальні соціальні мережі та платформи.

10. Отримання зворотного зв'язку: 10.1) низький рівень; 10.2) середній рівень; 10.3) високий рівень.

Таблиця 1 містить результати опитування респондентів.

Опитування виявило, що найбільш пріоритетним джерелом отримання інформації для

Таблиця 1

**Результати опитування населення малих міст для виявлення сутнісних особливостей медіадискурсу як визначального елемента соціокультурної моделі інформаційного простору**

№	Параметри									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	3	2	2	2	2	1	2	1	2
2	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2
3	2	3	3	2	3	2	2	3	1	3
4	3	2	2	1	3	3	2	1	1	2
5	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2
6	1	3	3	3	2	3	3	2	1	2
7	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1
8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
9	1	3	2	2	1	1	1	1	1	2
10	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3
11	2	2	3	2	3	2	2	1	1	1
12	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2
13	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2
14	1	3	2	2	2	2	1	2	1	2
15	1	2	2	3	2	1	2	2	2	2
16	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
17	3	1	2	2	1	2	1	3	3	2
18	2	2	3	2	2	1	3	1	3	1
19	3	3	2	2	1	1	2	1	1	3
20	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2
21	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2
22	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2
23	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2
24	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2
25	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2
26	2	3	3	2	3	2	2	3	1	3
27	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1



Продовження таблиці 1

№	Параметри									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
28	3	2	2	1	3	3	2	1	1	2
29	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2
30	1	3	2	2	1	1	1	1	1	2
31	1	3	2	2	2	2	1	2	1	2
32	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3
33	2	2	3	2	3	2	2	1	1	1
34	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2
35	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
36	1	3	3	3	2	3	3	2	1	2
37	3	3	2	2	1	1	2	1	1	3
38	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2
39	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
40	1	2	2	3	2	1	2	2	2	2
41	2	2	3	2	2	1	3	1	3	1
42	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2
43	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2
44	3	1	2	2	1	2	1	3	3	2
45	3	2	2	1	3	3	2	1	1	2
46	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1
47	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2
48	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2
49	2	3	3	2	3	2	2	3	1	3
50	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3
51	1	3	2	2	1	1	1	1	1	2
52	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2
53	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2
54	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
55	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
56	1	3	2	2	2	2	1	2	1	2
57	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2
58	2	2	3	2	3	2	2	1	1	1
59	3	1	2	2	1	2	1	3	3	2
60	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1
61	3	2	2	1	3	3	2	1	1	2
62	3	3	2	2	1	1	2	1	1	3
63	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2
64	1	2	2	3	2	1	2	2	2	2
65	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2
66	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2
67	2	2	3	2	2	1	3	1	3	1
68	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2
69	1	3	3	3	2	3	3	2	1	2
70	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2
71	3	3	2	2	1	1	2	1	1	3
72	2	3	3	2	3	2	2	3	1	3
73	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2
74	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
75	3	1	2	2	1	2	1	3	3	2
76	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2
77	1	3	2	2	2	2	1	2	1	2

Продовження таблиці 1

№	Параметри									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
78	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2
79	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3
80	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2
81	1	3	2	2	1	1	1	1	1	2
82	3	3	2	2	1	1	2	1	1	3
83	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2
84	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
85	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2
86	1	2	2	3	2	1	2	2	2	2
87	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1
88	2	2	3	2	2	1	3	1	3	1
89	3	2	2	1	3	3	2	1	1	2
90	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2
91	2	2	3	2	3	2	2	1	1	1
92	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2
93	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2
94	3	1	2	2	1	2	1	3	3	2
95	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2
96	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2
97	1	3	3	3	2	3	3	2	1	2
98	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
99	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2
100	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3

респондентів є аудіовізуальні ЗМІ, переважно телебачення (45%). На другому місці розташовуються електронні ЗМІ (38%), на третьому місці, з великим відривом, – друковані ЗМІ (17%).

Ступінь довіри до джерела інформації є переважно середнім, причому демонструє її приблизно половина опитаних (53%). Низький та великий ступінь довіри до джерела виявляють приблизно по чверті респондентів – 25% у першому випадку та 22% – у другому.

Переважно негативна емоційна реакція на отриману інформацію характерна для 20% опитаних, переважно нейтральна – для 56%, переважно позитивна – для 24%.

Когнітивні реакції на отриману інформацію розподілилися наступним чином: забувають, не використовують її у подальшому 23% респондентів; осмислюють почуте, побачене і прочитане 61% опитаних; продукують власний контент на базі сприйнятого 16% респондентів.

Низький ступінь подальшого розповсюдження отриманої інформації характерний для 38% респондентів, середній – для 45%, високий – для 17%.

Коло залучених людей окреслюється опитаними наступним чином: 38% респондентів оцінили його як невелике (від 1 до 5 осіб), 45% – як середнє (від 6 до 10 осіб), 17% – як велике (більше 10 осіб).

Якісні показники продукування власного контенту розподілилися так: особистісно значуща інформація представлена на рівні 43%, соціально значуща – 45% та глобально значуща – 12%.

За кількісними показниками продукування власного контенту низький рівень характерний для 41% опитаних, середній – для 46%, низький – для 13%.

При виборі пріоритетного каналу розповсюдження власного контенту найбільш популярною виявилася міжособистісна приватна інформація (64%), на другому і третьому місцях зі значно нижчими показниками розташувалися локальні (19%) та глобальні (17%) соціальні мережі та платформи.

Отримання зворотного зв'язку: на низькому рівні його отримують 13% респондентів, на середньому – 69%, на високому – 18%.

Для виявлення основних тенденцій медіа-дискурсу як визначального елементу соціокультурної моделі інформаційного простору

малих міст був здійснений кластерний аналіз (таблиця 2, рисунок 1).

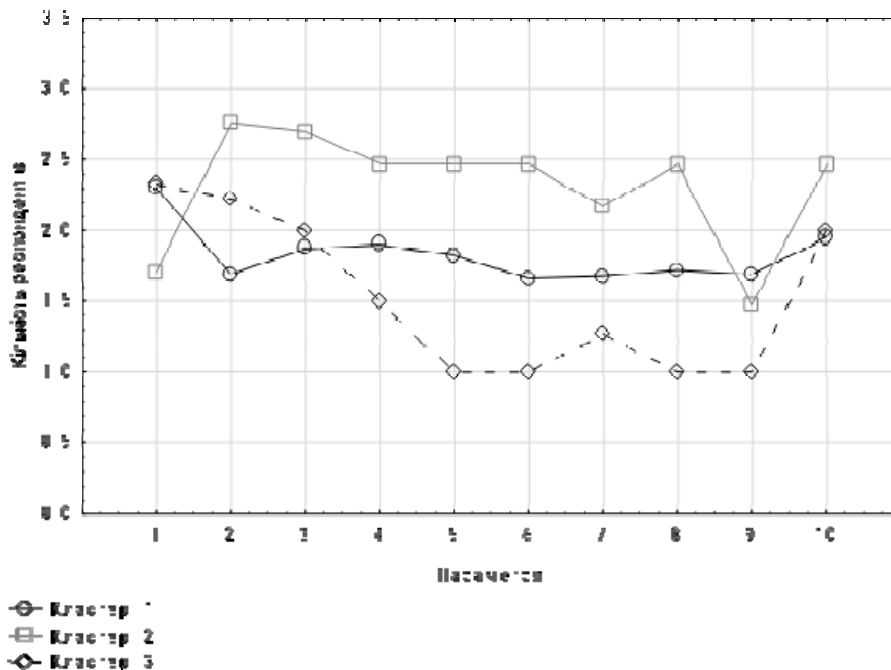
Перший кластер охоплює 65% респондентів (таблиця 3). Вони отримують інформацію переважно з аудіовізуальних чи електронних ЗМІ, при цьому ставляться до одержаної інформації достатньо скептично. В цілому, ці респонденти схильні до нейтрального сприйняття контенту

та до його подальшого осмислення. Представники першого кластеру діляться такою інформацією найчастіше з невеликим найближчим колом оточення. В більшості випадків вони обмінюються зі значимими людьми особистою та соціально значущою інформацією, причому каналом передачі інформації слугує приватна комунікація чи локальні соціальні

Таблиця 2

**Результати кластерного аналізу основних тенденцій медіадискурсу як визначального елементу соціокультурної моделі інформаційного простору малих міст**

№	Параметри	Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3
1	Пріоритетне джерело отримання інформації	2,307692	1,705882	2,333333
2	Ступінь довіри до джерела інформації	1,692308	2,764706	2,222222
3	Емоційна реакція на отриману інформацію	1,876923	2,705882	2,000000
4	Когнітивна реакція на отриману інформацію	1,907692	2,470588	1,500000
5	Ступінь подальшого розповсюдження отриманої інформації	1,830769	2,470588	1,000000
6	Коло залучених людей	1,661538	2,470588	1,000000
7	Якісні показники продукування власного контенту	1,676923	2,176471	1,277778
8	Кількісні показники продукування власного контенту	1,723077	2,470588	1,000000
9	Пріоритетний канал розповсюдження власного контенту	1,692308	1,470588	1,000000
10	Отримання зворотного зв'язку	1,953846	2,470588	2,000000



**Рис. 1. Результати кластерного аналізу основних тенденцій медіадискурсу як визначального елементу соціокультурної моделі інформаційного простору малих міст**

мережі та платформи. Отримання зворотного зв'язку фіксується на середньому рівні.

Другий кластер включає 17% опитаних (таблиця 4). Для них основним джерелом отримання інформації слугують друковані та аудіовізуальні ЗМІ, причому респонденти демонструють високий ступінь довіри до зазначених джерел. Вони характеризуються емоційним, переважно позитивним ставленням до одержаного контенту, розмірковують над ним та охоче діляться інформацією з великим колом знайомих. Представники другого кластеру виявляють зацікавлення у соціально значущій інформації, яку не тільки вичленовують серед усього загалу контенту, але й активно продукують власними силами. Ця група опитаних віддає перевагу міжособистісній комунікації і розраховує на своєчасне отримання зворотного зв'язку.

Перший кластер охоплює 65% респондентів (таблиця 3). Вони отримують інфор-

мацію переважно з аудіовізуальних чи електронних ЗМІ, при цьому ставляться до одержаної інформації достатньо скептично. В цілому, ці респонденти схильні до нейтрального сприйняття контенту та до його подальшого осмислення. Представники першого кластеру діляться такою інформацією найчастіше з невеликим найближчим колом оточення. В більшості випадків вони обмінюються зі значимими людьми особистісною та соціально значущою інформацією, причому каналом передачі інформації слугує приватна комунікація чи локальні соціальні мережі та платформи. Отримання зворотного зв'язку фіксується на середньому рівні.

Другий кластер включає 17% опитаних (таблиця 4). Для них основним джерелом отримання інформації слугують друковані та аудіовізуальні ЗМІ, причому респонденти демонструють високий ступінь довіри до

Таблиця 3

## Описові статистики для першого кластера

№	Параметри	Середнє	Стандартне відхилення	Дисперсія
1	Пріоритетне джерело отримання інформації	2,307692	0,584248	0,341346
2	Ступінь довіри до джерела інформації	1,692308	0,465130	0,216346
3	Емоційна реакція на отриману інформацію	1,876923	0,696143	0,484615
4	Когнітивна реакція на отриману інформацію	1,907692	0,578875	0,335096
5	Ступінь подальшого розповсюдження отриманої інформації	1,830769	0,651182	0,424038
6	Коло залучених людей	1,661538	0,619398	0,383654
7	Якісні показники продукування власного контенту	1,676923	0,589165	0,347115
8	Кількісні показники продукування власного контенту	1,723077	0,599679	0,359615
9	Пріоритетний канал розповсюдження власного контенту	1,692308	0,789048	0,622596
10	Отримання зворотного зв'язку	1,953846	0,448287	0,200961

Таблиця 4

## Описові статистики для другого кластера

№	Параметри	Середнє	Стандартне відхилення	Дисперсія
1	Пріоритетне джерело отримання інформації	1,705882	0,848875	0,720588
2	Ступінь довіри до джерела інформації	2,764706	0,437237	0,191177
3	Емоційна реакція на отриману інформацію	2,705882	0,469668	0,220588
4	Когнітивна реакція на отриману інформацію	2,470588	0,514496	0,264706
5	Ступінь подальшого розповсюдження отриманої інформації	2,470588	0,514496	0,264706
6	Коло залучених людей	2,470588	0,514496	0,264706
7	Якісні показники продукування власного контенту	2,176471	0,882843	0,779412
8	Кількісні показники продукування власного контенту	2,470588	0,514496	0,264706
9	Пріоритетний канал розповсюдження власного контенту	1,470588	0,874475	0,764706
10	Отримання зворотного зв'язку	2,470588	0,514496	0,264706

Таблиця 5

## Описові статистики для третього кластера

№	Параметри	Середнє	Стандартне відхилення	Дисперсія
1	Пріоритетне джерело отримання інформації	2,333333	0,840168	0,705882
2	Ступінь довіри до джерела інформації	2,222222	0,878204	0,771242
3	Емоційна реакція на отриману інформацію	2,000000	0,000000	0,000000
4	Когнітивна реакція на отриману інформацію	1,500000	0,514496	0,264706
5	Ступінь подальшого розповсюдження отриманої інформації	1,000000	0,000000	0,000000
6	Коло залучених людей	1,000000	0,000000	0,000000
7	Якісні показники продукування власного контенту	1,277778	0,460889	0,212418
8	Кількісні показники продукування власного контенту	1,000000	0,000000	0,000000
9	Пріоритетний канал розповсюдження власного контенту	1,000000	0,000000	0,000000
10	Отримання зворотного зв'язку	2,000000	0,766965	0,588235

зазначених джерел. Вони характеризуються емоційним, переважно позитивним ставленням до одержаного контенту, розмірковують над ним та охоче діляться інформацією з великим колом знайомих. Представники другого кластера виявляють зацікавлення у соціально значущій інформації, яку не тільки вичленовують серед усього загалом контенту, але й активно продукують власними силами. Ця група опитаних віддає перевагу міжособистісній комунікації і розраховує на своєчасне отримання зворотного зв'язку.

Третій кластер об'єднує 18% респондентів (таблиця 5). Як і представники першого кластера, вони схильні отримувати інформацію з аудіовізуальних чи електронних джерел, до яких демонструють середній рівень довіри. Але, на відміну від перших, ці опитані не прагнуть активно розмірковувати над контентом чи обговорювати його з широким загалом. Вони не схильні продукувати власний контент, орієнтуються на обмін особистою інформацією лише з найближчим оточенням. Перевага віддається приватному спілкуванню, при цьому отримання зворотного зв'язку спостерігається на середньому рівні.

**Висновки і пропозиції.** Аналіз основних тенденцій медіадискурсу як визначального елементу соціокультурної моделі інформаційного простору малих міст показав, що респондентів, які споживають та продукують медіадискурс, умовно можна поділити на

три основні групи. Кожна із зазначених груп може бути охарактеризована за трьома основними ознаками.

Перша група (65% опитаних): 1) помірне споживання інформаційного контенту; 2) помірне продукування інформаційного контенту; 3) середній рівень реалізації соціокомунікаційних зв'язків.

Друга група (17% опитаних): 1) інтенсивне споживання інформаційного контенту; 2) інтенсивне продукування інформаційного контенту; 3) високий рівень реалізації соціокомунікаційних зв'язків.

Третя група (18% опитаних): 1) помірне споживання інформаційного контенту; 2) низьке продукування інформаційного контенту; 3) низький рівень реалізації соціокомунікаційних зв'язків.

Результати аналізу дозволяють окреслити напрямки подальших досліджень: 1) порівняння тенденцій медіадискурсу як визначального елементу соціокультурної моделі інформаційного простору малих міст з аналогічними тенденціями великих міст; 2) змалювання образу середньостатистичного споживача і виробника медіадискурсу за віковими, гендерними, соціальними ознаками тощо. Можна припустити, що подальші наукові розвідки у зазначеному напрямку будуть корисними для гуманітарних і суспільних досліджень, у фокусі яких знаходяться проблеми масової соціальної комунікації, соціальної лінгвістики та соціальної інформатики.

**Література:**

1. Городенко Л. М., Катеринич П. В. Результати всеукраїнського опитування вчителів щодо функціонування спеціалізованих ЗМІ освітньої тематики в Україні. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2022. № 1(80). С. 44–53. URL: <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2022.80.4>

2. Даніч В. М., Шевченко С. М. Інформаційний простір. *Review of transport economics and management*. 2023. № 8(24). С. 120–140. <https://doi.org/10.15802/rtem2022/277626>
3. Ільганаєва В. Розвиток медіальної функції соціальної комунікації в сучасному суспільстві. *Соціально-комунікаційні: теорія і практика*. 2021. № 12. Т. 1. С. 11–21. URL: <https://doi.org/10.51423/2524-0471-2021-12-1-7>
4. Коритнік Д. Ю., Баранова С. В. Медіадискурс як різнопланове явище сучасних медіа досліджень. *Нова філологія*. 2020. № 80. Т. 1. С. 266–271. URL: <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2020-80-1-39>
5. Красняк О., Амонс С. Соціальні комунікації: особливості їх запровадження в період війни. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-35>
6. Левченко І. Соціальна комунікація як важлива складова інформаційно-комунікаційного простору. *Соціум. Документ. Комунікація*. 2022. Вип. 14. С. 253–265. URL: <https://doi.org/10.31470/2518-7600-2022-14-253-265>
7. Лях В. Малі міста як центри культурно-побутового обслуговування. *Містобудування та територіальне планування*. 2021. № 77. С. 297–308. URL: <https://doi.org/10.32347/2076-815x.2021.77.297-308>
8. Матвієнків С. М., Шмаленко Ю. І., Кольцов В. М. Національний інформаційний простір України: проблеми та перспективи розвитку. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2022. Вип. 37. С. 222–227. URL: <http://surl.li/nqzxx>
9. Рябокін Н. О., Капіталова Т. І. Медійний дискурс як сфера соціальної комунікації. *Нова філологія*. 2022. № 87. С. 62–66. URL: <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2022-87-10>
10. Солодка О. М. Інформаційний простір держави як сфера реалізації інформаційного суверенітету. *Інформація і право*. 2020. № 4(35). С. 39–46. URL: [https://doi.org/10.37750/2616-6798.2020.4\(35\).221216](https://doi.org/10.37750/2616-6798.2020.4(35).221216)
11. Суська О. Медіаконцепції vs. актуальна реальність: як світ змінює уявлення про сучасну журналістику. *European Political and Law Discourse*. 2020. № 7. Т. 1. С. 128–133. URL: <http://surl.li/nqyjj>

#### References:

1. Horodenko, L. & Katerynych, P. (2022). Rezultaty vseukrainskoho opytuvannia vchyteliv shchodo funktsionuvannia spetsializovanykh ZMI osvitnoi tematyky v Ukraini [The Results of All-Ukrainian Teachers' Survey Regarding Functioning of Specialized Media on Educational Topics in Ukraine]. *Scientific Notes of Institute of Journalism*, 1(80), 44–53. Retrieved from <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2022.80.4> [in Ukrainian].
2. Danich, V. M. & Shevchenko, S. M. (2023). Informatsiyni prostir [Information space]. *Review of transport economics and management*, 8(24), 120–140. Retrieved from <https://doi.org/10.15802/rtem2022/277626> [in Ukrainian].
3. Ilganayeva, V. (2021). Rozvytok medialnoi funktsii sotsialnoi komunikatsii v suchasnomu suspilstvi [Development of the Medial Function of Social Communication in Modern Society]. *Social Communications: Theory and Practice*, 12(1), 11–21. Retrieved from <https://doi.org/10.51423/2524-0471-2021-12-1-7> [in Ukrainian].
4. Korytnik, D. Yu. & Baranova, S. V. (2020). Mediadyskurs yak riznoplanove yavyshe suchasnykh media doslidzhen [Media discourse as a diverse phenomenon of modern media researches]. *New Philology*, 80(1), 266–271. Retrieved from <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2020-80-1-39> [in Ukrainian].
5. Krasnyak, O. & Amons, S. (2023). Sotsialni komunikatsii: osoblyvosti yikh zaprovadzhennia v period viiny [Social communications: features of their implementation in the period of war]. *Economy and society*, 48. Retrieved from <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-35> [in Ukrainian].
6. Levchenko, I. (2022). Sotsialna komunikatsiia yak vazhlyva skladova informatsiino-komunikatsiinoho prostoru [Social communication as an important component of the information and communication]. *Society. Document. Communication*, 14, 253–265. Retrieved from <https://doi.org/10.31470/2518-7600-2022-14-253-265> [in Ukrainian].
7. Liakh, V. (2021). Mali mista yak tsentry kulturno-pobutovoho obsluhovuvannia [Service small towns as centres of cultural and consumer]. *Urban planning and territorial planning*, 77, 297–308. Retrieved from <https://doi.org/10.32347/2076-815x.2021.77.297-308> [in Ukrainian].
8. Matviienkiv, S. V., Shmalenko, I. I. & Koltsov, V. M. (2022). Natsionalnyi informatsiyni prostir Ukrainy: problemy ta perspektyvy rozvytku [Problems and prospects of the development of the national information space of Ukraine]. *Actual problems of philosophy and sociology*, 37, 222–227. Retrieved from <http://surl.li/nqzxx> [in Ukrainian].
9. Riabokin, N. O. & Kapitalova, T. I. (2022). Mediyni dyskurs yak sfera sotsialnoi komunikatsii [Media discourse as a sphere of social communication]. *New Philology*, 87, 62–66. Retrieved from <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2022-87-10> [in Ukrainian].
10. Solodka, O. M. (2022). Informatsiyni prostir derzhavy yak sfera realizatsii informatsiinoho suverenitetu [Information space of the state as a sphere of implementation of information sovereignty]. *Information and law*, 4(35), 39–46. Retrieved from [https://doi.org/10.37750/2616-6798.2020.4\(35\).221216](https://doi.org/10.37750/2616-6798.2020.4(35).221216) [in Ukrainian].
11. Susska, O. (2020). Mediakontseptsii vs. aktualna realnist: yak svit zminiuiе uivlennia pro suchasnu zhurnalistyku [Media concepts vs. actual reality: how the world changes perceptions about modern journalism]. *European Political and Law Discourse*, 7(1), 128–133. Retrieved from <http://surl.li/nqyjj> [in Ukrainian].

УДК 070:004.77]:791.229.2»364»

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2023.3.4>**Тетяна РОГОВА**

кандидат наук із соціальних комунікацій, старший викладач кафедри журналістики Запорізького національного університету, вул. Жуковського, буд. 66, м. Запоріжжя, Україна, 69600  
ORCID: 0000-0002-3615-2861

**Катерина КАСИМОВА**

студентка 3-го курсу факультету журналістики, освітньої програми «Журналістика», Запорізького національного університету, вул. Жуковського, буд. 66, м. Запоріжжя, Україна, 69600  
ORCID: 0009-0004-1095-1907

**Tetiana ROHOVA**

PhD, Senior Lecturer at the Department of Journalism, Zaporizhzhia National University, 66, Zhukovskoho str., Zaporizhzhia, Ukraine, 69600  
ORCID: 0000-0002-3615-2861

**Kateryna KASIMOVA**

3rd year Student of the Faculty of Journalism, Educational Program «Journalism», Zaporizhzhia National University, 66, Zhukovskoho str., Zaporizhzhia, Ukraine, 69600  
ORCID: 0009-0004-1095-1907

## ЕКРАННІ ФОРМИ У ВОЄННИЙ ЧАС: ПОЛІЛОГ ЖУРНАЛІСТИКИ, ДИДЖИТАЛ-ІНСТРУМЕНТІВ ТА ДОКУМЕНТАЛІСТИКИ

### SCREEN FORMS IN WARTIME: A POLYLOGUE OF JOURNALISM, DIGITAL TOOLS AND DOCUMENTARIES

*Взаємопроникнення екранних форм документальних фільмів та диджитал-матеріалів соціальних мережах у воєнний час стало більш помітним. Для досягнення «ефекту присутності» режисери, журналісти, блогери використовують спільні візуальні та аудіальні форми, дозволяють аудиторії інтерактувати з авторами контенту, залишаючи коментарі, реакції, вступаючи у онлайн-дискусії. Метою статті є аналіз ключових взаємопроникнених методів та засобів журналістики, диджитал-контенту та документалістики на прикладі фільму «Маріуполь. Невтрачена надія» та локального медіа «ЯкТиТам» (Запоріжжя). Авторки ставлять перед собою завдання: 1) проаналізувати наявну українську та іноземну джерельну базу на предмет локальних медіа та документалістики й на основі цього окреслили спільні та відмінні інструменти для авторів; 2) описати конкретні використані екранні форми та аудіальні ефекти для формування відчуття присутності одного матеріалу чи серії.*

*Наукова новизна дослідження полягає у першій спробі виявлення та опису екранних форм та аудіальних засобів, що створюють відчуття безпосередньої присутності на локації в екстремальний час, формують медіареальну картину буття, дозволяють аудиторії «подорожувати» у просторі та часі. Завдяки цьому автори контенту можуть досягти збільшення охоплення, переглядів, сформувати образ продукту (фільму, серіалу) чи медіа (локального, інституціалізованого), що демонструє актуальні події, провокує їх переосмислювати, формує відчуття прив'язки до колективного через конкретні історії людей: – «Ми усі Маріуполь», «Ми усі Запоріжжя», але зі збереженням позиції самоідентифікації.*

*При успішному використанні описаних у статті форм режисерам, журналістам, блогерам потенційно вдасться покращити контент, зробити його релевантнішим до умов війни та відповідних актуальних потреб аудиторії. Подальші перспективи будуть окреслюватися із появою нових медіареальних (гіпертекстуальних) продуктів, їх подальшого обговорення у мережі, а також у випадку взаємодії онлайн (диджитальних) та офлайн форм існування: інтерактивні виставки, перформанси, фільми із можливістю глядачем вибору певного сценарію розвитку подій тощо.*

**Ключові слова:** диджитал, локальні медіа, документалістика, екранні форми, аудіальні засоби.

*The interpenetration of screen-based forms of documentary film and social media-based digital-materials in wartime has become more noticeable. To achieve the «presence effect», filmmakers, journalists, and bloggers use common visual and audio forms, and also allow the audience to interact with the authors of the content by leaving comments, reactions, and engaging in discussions. The purpose of the article is to analyze the key interpenetrating*

methods and tools of journalism, digital content and documentary on the example of «Mariupol. Unspent Hope» and the local media outlet «YakTyTam» (Zaporizhzhia). The authors set themselves the following tasks: 1) to analyze the existing Ukrainian and foreign source base on local media and documentaries and, based on this, to outline common and distinctive tools for authors; 2) to describe the specific screen forms and audio effects used to create the «presence effect» of one material or series of materials.

**The scientific novelty** of the study lies in the first attempt to identify and describe screen forms and audio means that create a sense of direct presence on the location in extreme times, form a media-real picture of life, and allow the audience to «travel» in space and time. With their successful use, authors can achieve an increase in coverage, views, and form an image of a product (film, series) or media (local, institutionalized) that demonstrates current events, provokes them to rethink, and creates a sense of attachment to the collective through specific stories of people: «We are all Mariupol», «We are all Zaporizhzhia», but with a position of self-identification.

If the forms described in this article are successfully used, filmmakers, journalists, and bloggers will potentially be able to improve the content, make it more relevant to wartime conditions and the relevant needs of the audience. **Further perspectives** will be outlined with the emergence of new media-real (hypertextual) products, their further discussion on the web, as well as in the case of interaction between online (digital) and offline forms of existence: interactive exhibitions, performances, films with the viewer's ability to choose a certain scenario, etc.

**Key words:** digital, local media, documentary, screen forms, audio means.

**Актуальність проблеми.** Через повномасштабне вторгнення РФ на територію суверенної України усі життєві та професійні сфери зазнали змін, особливо соціальні комунікації. Сьогодні масмедійники повинні оперативно повідомляти про події, дозволяти глядачам, використовуючи методи «ефекту присутності», переживати емоції людей у зоні бойових дій, прифронтових міст, звільнених та окупованих територій. Окрім дотримання професійних настанов, зокрема BBC, журналісти мають передавати не лише інформаційні подробиці, але емпіричний, емоційний досвід, у чому допомагає документалістика. Показово, що її елементи, форми та засоби мають місце не лише у стрічках, розширених телевізійних репортажах, але і на сторінках локальних медіа.

**Метою статті** є аналіз ключових взаємопроникнутих методів та засобів журналістики, диджитал-контенту та документалістики на прикладі «Маріуполь. Невтрачена надія» (на момент підготовки статті понад 1,3 млн. переглядів) та локального медіа «ЯкТиТам» (Запоріжжя) із 19, 2 тис. читачів. Авторки ставлять перед собою завдання: 1) проаналізувати наявну українську та іноземну джерельну базу на предмет локальних медіа та документалістики й на основі цього окреслили спільні та відмінні інструменти для авторів; 2) описати конкретні використані екранні форми та аудіальні ефекти для формування «ефекту присутності» одного матеріалу чи їх серій.

Подібний період характеризується на самому початку підвищеним попитом аудиторії на оперативну інформацію із максимально використаним візуалом, переходу в медійну реальність та, свого роду, подорожжі між містами, але із тривалістю бойових дій знижується на тлі емоційної напруги від подібного контенту, засилля подібної інформації. Реалізація мети потребує виконання **завдань**, серед яких:

1) аналіз джерельної бази на предмет локальних медіа та документалістики, окреслення спільних та відмінних інструментів авторів; 2) опис конкретних використаних екранних форм та аудіальних ефектів для формування відчуття присутності.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Локальні медіа, їх особливості функціонування, жанроутворення потрапляють у площину досліджень українських і іноземних науковців, серед яких Д. Галлін, Р. Майер, П. Манчіні, Н. Виговська, А. Русиняк та інші. До питань документалістики у своїх розвідках звертались Д. Бетан, Л. Кадум, Л. Підкуймаха, а розвідка О. Іванової та А. Червінчук присвячена саме воєнній документалістиці України. Повсякчас з'являються матеріали практиків: у формі блогів, публікацій на локальних медіа, зокрема К. Андрєєва, редактора «ЯкТиТам», інтерв'ю Ольги Вакало, голови правління ГО «Радіо на дотик».

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Екранні елементи документалістики (кадри, відзняті очевидцями, їх поява на місці подій, фрагменти глибинних інтерв'ю), інтершум, додатковий музичний супровід існують не лише в сценарній канві окремих фільмів, але є повноправною частиною диджитал-контенту тематичних сторінок в соціальних медіа, або окремих блогерів. Ще у 2014 році Л. Кадум, аналізуючи фільми про Іракську війну, стверджував, що власне таким фільмам «...притаманні ознаки, що шокують, вражають глядача насиллям і жорстокістю, руйнують застарілі форми та канони кіномистецтва. Це й стрічки, зняті в екстремальних політичних чи соціальних ситуаціях – тобто “фільми, що виходять за межі” (за Ж. Бетон)» [5, с. 90]. У документальному фільмі багато кадрів хроніки, матеріалу, відзнятого на мобільні телефони очевидців. У контенті локального медіа, що частково виступає синергетичним, сучасним проявом паперової версії газетної



чи журнальної колонки «на перетині документалістики й белетристики, публіцистики й белетристики» [1, с. 29] подібні відеокадри та світлини мають місце завжди, коли Запоріжжя потрапляє під ракетний удар російської армії, що призводить до смертей, руйнацій житлових будівель, готелів. Часто – це матеріали, зафільмовані очевидцями, які вражають, викликають страх та розпач, формуються риторичне питання «Як таке може бути у XXI столітті?» і представляються із застосуванням різних комунікаційних форм. На думку американського психолога і медіазнавця Р. Майера, «...мультимедіа – це представлення одночасно мови (як в друкованому, так і в розмовному варіанті) і зображення (ілюстрація, фото, анімація чи відео)» [12, с. 7].

Аналізуючи сформований контент дослідження, підкреслимо характерні спільні риси – «життєподібний принцип відтворення, реалістичний стиль» [5, с. 92], який інколи розбавляється символічними елементами: у випадку фільму – сюжетною лінією – малюванням картини; сторінки в Інстаграм – графічно створеними тематичним елементами під публікацію – силует зруйнованого будинку, зображенням бійця, який помер, захищаючи батьківщину, створено ілюстрацію ракетної атаки тощо.

У випадку сприйняття інформації у соціальних медіа, звук може бути представлений у вигляді артикуляції синхрону, закадрового голосу, музичного супроводу. У фільмі, у зв'язку з його ширшим хронометражем, технічними можливостями, часом підготовки, аудіальних ефектів, більше за хронометражем, що дозволяє сформувати потужніший «ефект присутності», реалізму, занурити глядача у певну медіареальність. Серед них варто назвати такі: звук літака-бомбардувальника, вибухи від влучання бомб, снарядів, звук розбитого скла, сирена, що сповіщає про повітряну тривогу (цей прийом має місце у дописі про систему оповіщення в Запоріжжі і на сторінці локального медіа – прим. авт). Автори фільму використовують додатково симфонічний супровід для підвищення рівня емоційної напруги, актуалізації залученості, співпереживання. Часом помітні кадри без звуку, адже тиша, на нашу думку, є маркером тиші, закінчення життя, смерті. Важливість звуку і картини підкреслює О. Вакало, розповідаючи історію створення віжн «Радіо на дотик», додаючи, що у непростий час «важливо подавати достовірну, збалансовану інформацію, від якої не розхитує» [4].

Науковиці О. Іванова та А. Червінчук вказують, що у випадку документалістики

Першої та Другої світових війн, то це листи з фронту, щоденники, поодинокі кінохроніка, то жанрове різноманіття сучасних жанрів значно ширше. «Сучасна українська документалістика про події на Сході України – це відповідь на запит сучасного українського суспільства, яке потребує – свідомо чи неусвідомлено – об'ємного, розгорнутого, широкого, точного, правдивого репрезентування нинішнього воєнного досвіду українців і України» [3, с. 221]. Правдивість повсякчас присутня в аналізованих матеріалах: реальні люди, будинки, місця.

У заставці одночасно інтерпретований метод динаміки – зміна часу, тому кадри з нічного часу поступово змінюються і зупиняються також на темній порі доби. Часто для новинних випусків використовується поліекранність, що в інформаційних випусках дозволяє оформити комунікацію ведучого із гостями, журналістами за межами студії. У випадку документального фільму цей прийом використовується для демонстрації зміни міста після бомбардувань і для контрасту: на одній фотографії дівчинка обіймає іграшку, на іншій – спалена багатоповерхівка. Екранна форма дозволяє протиставити окреме горе масштабному лиху і одночасно об'єднати – «ми усі Маріуполь», «ми усі Запоріжжя».

Говорячи про локальне медіа «ЯкТиТам», треба зазначити, що редакція у рамках технічних можливостей платформи Instagram використовує інші формати, характерні для документалістики. Так, сюжетність та серіальність проявляється за рахунок створення альбомів вічних сторіз «хайлайтсів». На момент підготовки статті їх налічувалось декілька: «блекаут», «історія», «пропаганда», «150 пісень війни», «подкаст», «люди», «мерч», «фільм», «1 перший мільйон», «2 перший мільйон» – усі назви подані з маленької літери, і тільки «Співпраця» з великої. У випадку локального медіа, що існує у соціальних мережах, можна говорити про те, що це не просто засіб передачі повідомлень, авторського вираження текстовими, аудіовізуальними способами (текстові дописи з фотографіями, відео, reels, stories), – «вони є потужним інструментом моделювання дійсності, такими, що, відштовхуючись від реалій життя, створюють власне полотно картини світу – медіареальність» [2, с. 44]. У випадку документального кіно аудиторія має бути більш підготовленою для перегляду, мати більше вільного часу та бути емоційно налаштованою, коли прочитання оновленої стрічки новин від підписників не вимагає подібного.

Окремої уваги заслуговує рух камери оглядовою панорамою. У новинах, соцмедійному

контенті традиційно цей прийом втілюється завдяки використанню дрона, телевізійного крану (якщо дозволяє висота локації) чи флау-сам. У випадку із документальною роботою прийом втілено завдяки програмі монтажу, що дозволила «оживити» зображення зруйнованого міста, продемонструвавши його згори. Додатково автори повертаються до поліекранності – цього разу вона виконана завдяки методу накладання «маски» у вигляді тріщини, що символізує розкол життя, поділ існування на «до» та «після», а для максимального емоційного насичення додається звук розтріскування предметів. «До» і «Після» в матеріалах «ЯкТиТам» інколи подаються у чорно-білому варіанті, із застосуванням сепії в опозиції до кольорових світлин.

Окремо варто звернутися до назви. Говорячи про новинний контент, зокрема в ефірі марафону «Єдині новини» – для окремих матеріалів вона не використовується. Принагідливо підкреслимо: першою інформаційною редакцією, яка цей досвід впровадила в телевізійному інформаційному полі України, став СТБ: назви були подвійними: верхня «офіційна», друга – з гумористичним характером. Пізніше практику називання матеріалів перейняв «ТСН», але виключно «офіційними назвами». У фільмі назва дуальна з лінгвістичного боку: «Маріуполь. Неутраченна надежда». Префікс «не» виділено червоним та накладено ефект появи, що є елементом недоконаності, невідомості. Підкреслимо: уже у першому синхроні Надії Сухорукової, авторки блокадного щоденника, пояснюється, що у місті говорили різними мовами і ніколи це не було проблемою, у тому числі, через національне різноманіття мешканців. Заголовки матеріалів локального медіа переважно односкладові, проте подаються capslock. У випадку подвійної назви вона подається різними шрифтами та на різних кольорах тла.

Окреслимо: із журналістики в документалістику перейшов принцип сторітелінгу – мистецтва розповідати історії, і продемонстрований у вигляді історії з малюванням олівця драматичного театру Маріуполя, околиць, створеного акриловими фарбами (картина – динамічна, на словах мешканців про страх бомбардування – яскраві будинки зафарбовують у чорний колір, домальовують пожежі, російську техніку, військових, хрести на імпровізованих могилах на подвір'ях – прим. авт.). Також він реалізований завдяки зачитуванню уривків блокадного щоденника, що є сучасним проявом роботи із документом. Матеріали «ЯкТиТам» використовують сторітелінг: календарний принцип – дати найбільш кривавих обстрілів міста, мате-

ріали на історичну тематику («Валуєвський циркуляр»), історії воїнів, волонтерів, політиків, корупціонерів.

Наголосимо: якщо у новинах прийом перетікання одного синхрону в інший заборонено, що пояснюється традиційним записом відео на одній крупності і може спровокувати «ефект мультику», то у фільмі коментарі переходять один в один, так само як і в кешпн-відео в форматі reels. Проте, завдяки коротким відео для перебивок у тому числі, з архівів, що демонструють довоєнну красу міста у моря, власних документальних відео мешканців, відзнятих на мобільний, авторегістратор, негативного ефекту, коли один спікер «перетворюється» в іншого, – немає.

Історія в «Маріуполь. Невтрачена надія» подається паралельно від чотирьох людей: авторки щоденника, її чоловіка, волонтерки, матері, яка втратила дитину, жінки, яка народжувала у час бомбування пологового будинку. Окремо варто виділити записані через відеозв'язок коментарі оператора місцевого телеканалу, який забрав з квартири лише одну папугу, а також синхрони підприємця, який розповідає про те, що побачив на власні очі після бомбардування пологового, про те, що сусід не витримав та вкоротив віку під час обстрілу. Цей метод тотожний тому, що використовується у журналістиці – дати можливість почути про історію з різних боків: від учасника, очевидця. Фінальний синхрон мера Клайпеди Вітаутаса Грубляускаса є квінтенцією – політик розповідає про те, що під час ради міністрів закордонних справ Європи очільник МЗС Литви замість підготовленої промови просто процитував блокадний щоденник, що викликало бурхливу реакцію зали та «розтопило» лід західних партнерів. На підтвердження демонструються кадри із мітингів на підтримку України.

Епілогом можна вважати текстовий допис про те, як склалась доля головних героїв. Цей метод не типовий для новинарної журналістики, проте у документалістиці дозволяє вирішити одночасно два завдання: 1) раціонально використати ефірний час, не переповідаючи історію, або не віддаючи ефір під синхрони; 2) самостійно глядачеві дійти висновків, переосмисливши усі історії та дізнавшись актуальний стан справ героїв. У диджитальних матеріалах через обмеженість форми квінтенсія та епілоги відсутні, або направлені на мотивацію: «гортайте і дізнавайтесь», «читайте та отримуйте відповіді на питання».

Спільним є момент позиції авторів фільму та локального медіа щодо загарбників: ворог називається прямо – «росіяни», «руські»

(оригінальне звучання), «окупанти»; у документальному фільмі часто використовується у синхронах завуальована назва на його позначення – «вони прийшли», «вони вдерлись», «вони розбомбили», «вони знищили» тощо. Ця тема активно підіймається у науковому дослідженні Л. Підкуймахи: «Великі плани облич дають можливість відтворити емоції й переживання героїв, увиразнити їхнє мовлення й передати суть сказаного. В інших випадках режисери намагаються уникнути “голів, що говорять”, розкриваючи персонажа не через слово, а через дію» [10, с. 637]. Великі плани в матеріалах «ЯкТиТам» часто використовуються для демонстрації фото героїв публікацій.

У фільмі потужно помітний рефрен із назвою: ключові моменти з'являються після того, як «продруковано» увесь текст: «Надія дізналась, що її чоловік ЖИВИЙ», «Юлії та Микиті вдалося виїхати з окупованої території до НІМЕЧЧИНИ», «Ксенія відправилась на пошук до Донецька сестри та племінниці, їй далось ВРЯТУВАТИ обох і зараз проходять РЕАБІЛІТАЦІЮ» (переклад авторський, правопис збережено оригінальний – прим. авт.). Ключові, болючі цифри жертв у Маріуполі представляються аналогічним екранним методом «друківки», що застосовується у деяких stories «ЯкТиТам». Фінальна неакцентна сцена фільму показує продовження малювання малюнку, де з яскравого мирного міста Маріуполь перетворився на руїни. Позитивної нарації не помітно, хіба що момент того, що очевидці залишилися живі. У випадку диджитал-контенту позивний аспект присутній у матеріалах з інформаційним приводом, де він дійсно мав місце – воїн вижив, реабілітувався після ампутації.

На сьогоднішній запит аудиторії на патогенний контент, на нашу думку, знижується, що пов'язано із тривалістю бойових дій, щоденними новинами про гибель дітей, руйнування, бажання віднайти промінь світла у персональному житті («своє») та історичному сьогоднішньому нації («загальне»), що формує бінарну опозицію сприйняття. На думку, Є. Кияниці «...необхідно підлаштовуватися під запити аудиторії, але використовувати при цьому сугестивні елементи для трансляції гуманістичних основ розбудови суспільства, формування моральних та етичних норм, а також громадянської свідомості. Розвиток інформаційно-цифрового суспільства зумовлює зростання кількості новітніх медіаканалів, яким властиві інтерактив і гіпертекстовість» [6, с. 66]. «У процесі роботи інформаційного війська на відповідному

фронті digital-спільнота, культурні діячі, професіонали креативних індустрій: відеомейкери, копірайтери, ілюстратори, режисери, сценаристи та аматори України об'єдналися у своїх діях, генеруючи креативний контент на тему ... єдності» [9, с. 375], – зазначають М. Нетреба та Д. Рижова, підкреслюючи важливість спільного елемента не скільки в історичному розрізі, а в сучасній синергії, що може подаватися у різних формах. Серед останніх різновидів спільних моментів у випадку представленого для аналізу матеріалу варто виділити коментарі, перепости, використання смайлів, емодзі у коментарях. Принагідливо підкреслимо спільний аспект аналізованого контенту – в основі реальна, об'єктивна картина, модернізована для презентації аудиторії: «автор моделює реальність, у якій перебувають герої (у воєнній документалістиці – реальність війни), водночас герої обмежені в часопросторі та здатні осмислювати ті події, які відбуваються з ними «тут і зараз», а автор забезпечує систематизацію, акцентування, оцінювання, осмислення цього досвіду й артикулює його» [3, с. 224].

**Висновки і пропозиції.** Документальний фільм «Маріуполь. Неутрачена надія», незважаючи на прив'язку у назві до конкретного міста, демонструється як транскордонний медійний продукт, що одночасно об'єднує людей з різних міст у спільному горі, співпереживанні. Локальне медіа «ЯкТиТам» у назві не має прив'язки до регіону, тільки у шапці профілю зазначено це – «у пошуках самоідентифікації Запоріжжя», але при цьому виступає унікальним моментом медіареальності в актуальній загальнонаціональній програмі збереження ментального здоров'я, започаткованою Оленою Зеленською «ЯкТи?».

Говорячи про екранні форми, притаманні контенту воєнного часу, авторки виділяють спільні традиційні, що використовуються на великому екрані та дисплеї смартфона: монтаж за крупністю кадрів, панорами, розфокус для привернення та затримання уваги глядача. Проте все частіше з'являються характерні для певних відео компоненти із урахуванням плейсменту: графічні додатково створені елементи (малюнки, графіки, що можуть слугувати обкладинкою матеріалу, альбомів в соціальних мережах), а у фільмах вводиться основна сюжетна лінія, ролі у яких грає не персонаж, а образ медіареальності – наприклад, мальована динамічна картина із зображенням вулиць Маріуполя.

Подальші перспективи дослідження будуть окреслюватися із появою нових медіареальних продуктів, перформансів [7], мерчів, їх

обговорення у мережі, а також у випадку взаємодії онлайн (диджитальних) та офлайн форм існування: інтерактивні, цифрові виставки, фільми із можливістю глядачем вибору певного сценарію розвитку подій тощо. Спрогно-

зуємо, що запит на них у найближчий час буде досить високим, що обумовлено запитом аудиторії, сучасними диджитал-аспектами, мистецькими течіями та актуалізацією інформаційних приводів.

### Література:

1. Даниліна О. Авторська колонка як метажанровий різновид документалістики. *Наукові записки. Серія «Філологічні науки»*. 2016. Вип. 148. С. 28–33.
2. Зубарець А. В. Локальні медіа як засоби творення медіареальності: особливості впливу на світогляд аудиторії. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2016. № 2. С. 44–48.
3. Іванова О. А., Червінчу А. О. Сучасна українська воєнна документалістика: автор та авторська стратегія. *Publishing House «Baltija Publishing»*. Collective monograph. 2020. С. 221–237. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-588-56-3.1.13>.
4. Івано-Франківське обласне телебачення «Галичина». Бути українцем. Ольга Вакало. *Офіційний канал на YouTube*. URL: <http://surl.li/mbjin> (Дата звернення 24.08.2023).
5. Кадум Л. Особливості режисури екстремального документального фільму. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого*. 2014. Вип. 15. С. 89–94.
6. Кияниця Є. Контент і таргетинг – основні елементи новітньої медіалогії. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія*. 2021. Вип. 1(1). С. 63–67. DOI: <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2021.1.10>.
7. Лачко О. Українське перформативне мистецтво під час війни. *Modern directions of scientific research development. Proceedings of the 12th International scientific and practical conference*. Chicago : BoScience Publisher. 2022. pp. 21–27.
8. Маріуполь. Невтрачена надія | Документальний фільм. *Офіційний канал NVUA на YouTube*. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=q05wJtU6uEs&ab\\_channel=NVUA](https://www.youtube.com/watch?v=q05wJtU6uEs&ab_channel=NVUA). (Дата звернення 11.10.2023).
9. Нетреба М., Рижова Д. Digital креативи як інструмент інформаційного спротиву в умовах війни. *Вчені записки Таврійського Національного університету імені В. І. Вернадського Серія : Філологія. Журналістика*. 2022. № 33(72). С. 373–381.
10. Підкуймуха Л. М. Образ «друга» / «ворога» в сучасній українській воєнній документалістиці. *Діалог мов – діалог культур. Україна і світ : IX Міжнародна наукова Інтернет-конференція з україністики*. Мюнхен : Open Publishing LMU. 2019. С. 633–643.
11. ЯкТиТам. Офіційна сторінка мікромедіа. *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/yaktytam/?igshid=MzRIODBiNWF1ZA%3D%3D>. (Дата звернення 11.10.2023).
12. The Cambridge handbook of multimedia learning / edited by R. E. Mayer. Cambridge : University Press 2005. 643 p.

### References:

1. Danylina O. Avtors'ka kolonka yak metazhanrovyy riznovyd dokumentalistyky. *Naukovi zapysky. Seriya «Filolohichni nauky»*. 2016. Vyp. 148. s. 28–33.
2. Zubarets A. V. Lokal'ni media yak zasoby tvorennya mediareal'nosti: osoblyvosti vplyvu na svitohlyad audytoriyi. *Derzhava ta rehiony. Seriya : Sotsial'ni komunikatsiyi*. 2016. № 2. s. 44–48.
3. Ivanova O. A., Chervinchu A. O. Suchasna ukayins'ka voyenna dokumentalistyka: avtor ta avtors'ka stratehiya. *Publishing House «Baltija Publishing»*. Collective monograph. 2020. s. 221–237. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-588-56-3.1.13>.
4. Ivano-Frankivs'ke oblasne telebachennya «Halychyna». Buty ukayintsem. Ol'ha Vakalo. *Ofitsiyyny kanal na YouTube*. Retrieved from <http://surl.li/mbjin> (Data zvernennya 24.08.2023).
5. Kadum L. Osoblyvosti rezhysury ekstremal'noho dokumental'noho fil'mu. *Naukovyy visnyk Kyyyivs'koho natsional'noho universytetu teatru, kino i telebachennya imeni I. K. Karpenka-Karoho*. 2014. Vyp. 15. s. 89–94.
6. Kyuyanytsya YE. Kontent i tarhetynh – osnovni elementy novitn'oyi medialohiyi. *Naukovi pratsi Mizhrehional'noyi Akademiyi upravlinnyapersonalom. Filolohiya*. 2021. Vyp. 1(1).s.63–67. DOI: <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2021.1.10>.
7. Lachko O. Ukayins'ke performatyvne mystetstvo pid chas viyny. *Modern directions of scientific research development. Proceedings of the 12th International scientific and practical conference*. BoScience Publisher. Chicago, USA. 2022. pp. 21–27.
8. Mariupol'. Nevtrachena nadiya | Dokumental'nyy fil'm. *Ofitsiyyny kanal NVUA na YouTube*. Retrieved from [https://www.youtube.com/watch?v=q05wJtU6uEs&ab\\_channel=NVUA](https://www.youtube.com/watch?v=q05wJtU6uEs&ab_channel=NVUA)(Data zvernennya 11.10.2023).

9. Netreba M., Ryzhova D. Digital kreatyvy yak instrument informatsynoho sprotyvu v umovakh viyni. *Vcheni zapysky Tavriys'koho Natsional'noho universytetu imeni V. I. Vernads'koho Seriya: Filolohiya. Zhurnalistyka*. 2022. № 33(72). s. 373–381.
10. Pidkuymukha L. M. Obraz «druha» / «voroha» v suchasnyy ukrayins'kiy voyennyi dokumentalistytsi. *Dialoh mov – dialoh kul'tur. Ukrayina i svit : IX Mizhnarodna naukova Internet-konferentsiya z ukrayinistyky*. Myunkhen : Open Publishing LMU, 2019. s. 633–643.
11. YakTyTam. Ofitsiyna storinka mikromedia. *Instagram*. Retrieved from <https://www.instagram.com/yaktytam/?igshid=MzRIODBiNWF1ZA%3D%3D>. (Data zvernennya 11.10.2023).
12. The Cambridge handbook of multimedia learning / edited by R. E. Mayer. Cambridge : University Press 2005. 643 p.

Наукове видання

**НАУКОВІ ПРАЦІ  
МІЖРЕГІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ  
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ  
ФІЛОЛОГІЯ**

**Випуск 3 (8), 2023**

Засновано 2001 року  
Видання виходить 6 разів на рік

Коректор *В. В. Ізак*  
Комп'ютерне верстання *А. О. Марєєва*

Підписано до друку 19.10.2023 р.  
Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.  
Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 3,49.  
Наклад 100 прим. Замовлення № 0124/048.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»  
65101, Україна, м. Одеса, вул. Інглєзі, 6/1  
Телефони: +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08  
E-mail: mailbox@helvetica.ua  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК № 7623 від 22.06.2022 р.