

МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



НАУКОВІ ПРАЦІ
МІЖРЕГІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

ФІЛОЛОГІЯ

SCIENTIFIC WORKS
OF INTERREGIONAL ACADEMY
OF PERSONNEL MANAGEMENT

PHILOLOGY

Випуск 2 (16), 2025



Видавничий дім
«Гельветика»
2025

Редакційна колегія

Акімова А. О., кандидат філологічних наук, доцент, викладач кафедри іноземної філології і перекладу, Міжрегіональна Академія управління персоналом (головний редактор)

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»

Поліжасв 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

Супрун В. М., доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри журналістики та українознавства, Національний університет водного господарства та природокористування

Тищенко Т. М., кандидат філологічних наук, доцент, професор кафедри української мови та методики її навчання, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

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 імені Героїв Крут

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 29.08.2025 (протокол № 7)

Мови розповсюдження: українська, англійська, польська, німецька, французька.

Реєстрація суб'єкта у сфері друкованих медіа: Рішення Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення № 1173 від 11.04.2024 року. Ідентифікатор медіа: R30-03895.

Суб'єкт у сфері друкованих медіа – Приватне акціонерне товариство «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (вул. Фрометівська, буд. 2, м. Київ, 03039, iapm@iapm.edu.ua, тел. (044) 490-95-00).

Журнал включено до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б») зі спеціальностей В11 – Філологія (за спеціалізаціями); С7 – Журналістика відповідно до Наказу МОН України № 320 від 07 квітня 2022 року (додаток 2)

Видання індексується Google Scholar

DOI: 10.32689/maup.philol

Наукові праці МАУП. Філологія. 2025. Вип. 2(16). Київ : Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2025. 130 с.

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

ЗМІСТ

Сергій БАТУРА КОЛЕКТИВНА П'ЄСА-ПЕЧВОРК: СПЕЦИФІКА НОВІТНЬОГО ЖАНРУ.....	7
Валерій БАШМАНІВСЬКИЙ ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ СПЕЦІАЛІСТІВ З ПИТАНЬ КОМУНІКАЦІЇ ДЛЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ PR-ТЕХНОЛОГІЙ.....	19
Леся БІЛОВУС, Світлана ІВАНОВА МІЖ МІФОМ ТА ІСТОРІЄЮ: ЕВОЛЮЦІЯ КОЗАЦЬКОГО НАРАТИВУ ВІД ЛІТЕРАТУРИ ХІХ СТОЛІТТЯ ДО СУЧАСНИХ «ВОЄН ПАМ'ЯТІ».....	24
Євгенія КИЯНИЦЯ СЕНСОРНІ МОДУСИ У ФОРМУВАННІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ: ПОТЕНЦІАЛ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ.....	32
Оксана КОСЮК СПІВПРАЦЯ УКРАЇНСЬКИХ ТА КИТАЙСЬКИХ МЕДІА НА ТЛІ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ 2022–2025 РР.....	39
Христина КУХАРУК, Ярослав ШТАНЬКО НАРАТИВ THE WALL STREET JOURNAL ПРО АТАКИ УКРАЇНСЬКИХ БЕЗПІЛОТНИКІВ НА ВІЙСЬКОВІ АЕРОДРОМИ РОСІЇ: МОВНІ СТРАТЕГІЇ, ІНТЕГРАЦІЯ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ.....	44
Станіслав МІРОШНИЧЕНКО ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ДОКУМЕНТУВАННЯ ВОЄННИХ ЗЛОЧИНІВ: СПІЛЬНИЙ ПІДХІД ЖУРНАЛІСТИКИ ТА ПРАВОЗАХИСТУ.....	50
Марія ПАВЛЮХ ОБРАЗ ЖІНКИ НА ШПАЛЬТАХ ВИДАНЬ СЕВЕРИНА ШЕХОВИЧА «ЛАДА» (1853) І «РУСАЛКА» (1868): АНАЛІЗ ПРОБЛЕМАТИКИ	58
Тетяна ПАСТЕРНАК, Єва ПАСТЕРНАК СИНЕСТЕТИЧНА МЕТАФОРА У МЕДИЧНОМУ ДИСКУРСІ: КОГНІТИВНО-ЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ.....	65
Віталій СЕМЧЕНКО ТРАНСФОРМАЦІЯ НАРАТИВІВ УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛІВ ПРО КРИМ: ВІД ЛОКАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ ДО ВОЄНІЗОВАНОГО ДИСКУРСУ.....	71
Olga SIVAIIEVA, Anhelina ZALIZNIAK ADVERBIAL REPRESENTATION IN MEDICAL TEXTS: A CORPUS-BASED ANALYSIS.....	80
Валентина СТЕКОЛЬЩИКОВА, Юрій БІДЗІЛЯ ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ПЕРЕВІРКИ ФАКТІВ У ЦИФРОВІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ.....	86
Олег ТОМЧУК, Антоніна ДОРОШЕВА, Любов ЛЮТФАЛІЄВА РОЛЬ МЕНЕДЖЕРА У ФОРМУВАННІ МОВНОЇ ПОЛІТИКИ В КОНТЕКСТІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ І КУЛЬТУРИ В УПРАВЛІННІ.....	95
Світлана ФОКІНА ПСИХОАНАЛІТИЧНО-ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧІ СТРАТЕГІЇ ДЕКОДУВАННЯ НОСТАЛЬГІЧНОГО ДИСКУРСУ У ВІРШІ «ВОДА» ПОЕТЕСИ-ЕМІГРАНТКИ ДАНИ РАНГІ	102
Oleg KHARCHENKO, Ivan BAKHOV ENGLISH-LANGUAGE ADVERTISING HUMOR.....	107

Galyna TSAPRO, Kseniia TKACHENKO

CONSTRUCTING THE FANTASTIC:

A CORPUS-BASED STUDY OF MAGIC IN YA FAIRY TALES.....113

Ірина ШЕСТОПАЛОВА

НАВЧАННЯ ІНШОМОВНОЇ ЛЕКСИКИ У СВІТЛІ СУЧАСНОЇ ПСИХОЛІНГВІСТИКИ:

КОГНІТИВНИЙ ПІДХІД.....120

Лариса ЯЦЕНКО

ЕМОЦІЙНА ЖУРНАЛІСТИКА: ТЕНДЕНЦІЇ ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ КОНТЕНТУ

ТА ЇХНІЙ ВПЛИВ НА АУДИТОРІЮ.....125

CONTENTS

Serhii BATURA

COLLECTIVE PLAY-PATCHWORK: SPECIFICS OF THE LATEST GENRE.....7

Valerii BASHMANIVSKYI

FEATURES OF TRAINING COMMUNICATION SPECIALISTS FOR TERRITORIAL
COMMUNITIES IN THE CONTEXT OF PR TECHNOLOGY DEVELOPMENT.....19

Lesia BILOVUS, Svitlana IVANOVA

BETWEEN MYTH AND HISTORY: THE EVOLUTION OF THE COSSACK NARRATIVE
FROM 19TH-CENTURY LITERATURE TO CONTEMPORARY MEMORY WARS.....24

Ievgeniia KYIANYTSIA

SENSORY MODES IN THE FORMATION OF NATIONAL IDENTITY:
THE POTENTIAL OF CREATIVE INDUSTRIES.....32

Oksana KOSIUK

SPECIAL FEATURES OF COOPERATION BETWEEN UKRAINIAN AND CHINESE MEDIA
IN THE CONTEXT OF THE FULL-SCALE WAR IN UKRAINE IN 2022–202539

Khrystyna KUKHARUK, Yaroslav SHTANKO

THE WALL STREET JOURNAL'S NARRATIVE ON UKRAINIAN DRONE ATTACKS
ON RUSSIAN MILITARY AIRFIELDS: LANGUAGE STRATEGIES,
INTEGRATION OF MULTIMEDIA TOOLS44

Stanislav MIROSHNYCHENKO

THE USE OF DIGITAL TECHNOLOGIES FOR DOCUMENTING WAR CRIMES:
A COLLABORATIVE APPROACH BETWEEN JOURNALISM
AND HUMAN RIGHTS ADVOCACY.....50

Mariia PAVLIUKH

THE IMAGE OF A WOMAN IN THE COLUMNS OF SEVERYN SHEKHOVYCH'S
PUBLICATIONS «LADA» (1853) AND «RUSALKA» (1868):
ANALYSIS OF THE PROBLEMS58

Tetiana PASTERNAK, Yeva PASTERNAK

SYNESTHETIC METAPHOR IN MEDICAL DISCOURSE:
A COGNITIVE-LINGUISTIC ANALYSIS.....65

Vitaliy SEMCHENKO

TRANSFORMATION OF NARRATIVES IN UKRAINIAN TELEGRAM CHANNELS
ABOUT CRIMEA: FROM LOCAL ISSUES TO MILITARIZED DISCOURSE.....71

Olga SIVAIEVA, Anhelina ZALIZNIAK

ADVERBIAL REPRESENTATION IN MEDICAL TEXTS: A CORPUS-BASED ANALYSIS.....80

Valentyna STIEKOLSHCHKOVA, Yuriy BIDZILYA

INNOVATIVE FACT-CHECKING METHODS IN DIGITAL JOURNALISM.....86

Oleh TOMCHUK, Antonina DOROSHEVA, Liubov LIUTFALIEVA

THE ROLE OF THE MANAGER IN FORMING LANGUAGE POLICY
IN THE CONTEXT OF THE UKRAINIAN LANGUAGE
AND CULTURE IN MANAGEMENT.....95

Svitlana FOKINA

PSYCHOANALYTICAL AND LITERARY STRATEGIES OF DECODING NOSTALGIC
DISCOURSE IN THE POEM «WATER» BY EMIGRANT POET DANA RANGA.....102

Oleg KHARCHENKO, Ivan BAKHOV ENGLISH-LANGUAGE ADVERTISING HUMOR.....	107
Galyna TSAPRO, Kseniia TKACHENKO CONSTRUCTING THE FANTASTIC: A CORPUS-BASED STUDY OF MAGIC IN YA FAIRY TALES.....	113
Iryna SHESTOPALOVA LEARNING FOREIGN LANGUAGE VOCABULARY IN THE LIGHT OF MODERN PSYCHOLINGUISTICS: A COGNITIVE APPROACH.....	120
Larysa YATSENKO EMOTIONAL JOURNALISM: TRENDS IN CONTENT PERSONALIZATION AND THEIR IMPACT ON THE AUDIENCE.....	125

УДК 82-1/-9

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.2.1>**Сергій БАТУРА**

кандидат юридичних наук, доцент кафедри теорії держави і права та конституційного права,
Навчально-науковий інститут права імені князя Володимира Великого

ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом»,

s.batura.writer@gmail.com

ORCID: 0009-0009-0404-723X

КОЛЕКТИВНА П'ЕСА-ПЕЧВОРК: СПЕЦИФІКА НОВІТНЬОГО ЖАНРУ

Ця стаття присвячена спробі наукового обґрунтування теорії новітнього літературного жанру – колективна п'еса-печворк, як піджанру колективного літературного печворку. У дослідженні запропоновано визначення новітнього жанру у вузькому та широкому сенсах, розроблено його загальну схематичну конструкцію, визначено структуру та виокремлено низку характерних ознак. На прикладі деяких драматичних жанрів окреслено перебіг їх модифікацій та трансформацій, розглянуто умови набуття ними нових функцій та зосереджено увагу на процесах жанрових дифузій. Описано передумови виникнення колективної п'еси-печворк, зокрема наголошено на впливі розвитку сучасних комунікативних процесів та глобалізації в цілому. На прикладі літературного експерименту, що полягає у написанні колективної п'еси-печворк «Босорка», організованого автором цієї статті, зроблена спроба продемонструвати особливості практичного втілення новітнього жанру.

Метою статті є здійснення спроби наукового обґрунтування специфіки новітнього літературного жанру – колективна п'еса-печворк. Задля реалізації визначеної мети постає необхідність у розв'язанні наступних завдань: дати визначення новітньому літературному жанру – колективна п'еса-печворк, вивчити специфіку зазначеного жанру, запропонувати його схематичну конструкцію, виокремити основні ознаки новітнього літературного жанру.

Наукова новизна теми полягає у тому, що запропоновано новітній літературний жанр – колективна п'еса-печворк, виокремлено його особливості та окреслено шляхи практичного втілення. Результати подальшої апробації новітнього жанру потребуватимуть додаткового вивчення, що зумовлює актуальність і новизну здійсненого у статті дослідження.

Встановлено, що новітні комунікативні процеси дають поштовх для появи та розвитку новітніх жанрів.

З'ясовано, що одним із таких жанрів є колективна п'еса-печворк, яку можна вважати піджанром колективного літературного печворку. В його основу покладено принцип об'єднання великої кількості авторів для створення єдиних драматичних текстів, що складають сукупність різножанрових доробків (актів або п'ес), об'єднаних спільною темою, ідеєю, ключовим персонажем та місцем подій.

Висновки. Результатом даної наукової розвідки є обґрунтування новітнього літературного жанру колективна п'еса-печворк, яка може розглядатися у широкому та вузькому сенсах і характеризується, зокрема, такими ознаками: за формою є драматичним твором призначеним для постановки на сцені та включає його основні характеристики; створюється колективом авторів, кількість яких необмежена; має великий обсяг драматичного тексту; може складатися з великої кількості актів та окремих п'ес, створених співавторами колективної п'еси-печворк на основі прологу та концепції до драматичного твору; містить багато сюжетних ліній, розмаїття персонажів; об'єднує різножанрові за змістом (комедію, драму, трагедію, трагікомедію, фарс, трагіфарс, мелодраму, водевіль, містерію, міраклі, мораліте, феєрію тощо) драматичні доробки (акти або п'еси) багатьох співавторів; усі доробки об'єднані навколо літературного ядра – прологу та концепції до колективного драматичного твору; пролог втілює тему та ідею твору, окреслює головного персонажа (персонажів), зображує його художній світ, спільне місце (місця) подій, містить художні деталі; об'єднує різні стилі й погляди багатьох авторів в єдиний колективний драматичний доробок; окремі драматичні доробки співавторів (акти або п'еси) можуть писатися різними мовами.

Перспективу майбутніх досліджень вбачаємо у подальшому обґрунтуванні новітнього жанру та всебічному вивченні результатів проведення літературного експерименту, що передбачає написання колективної п'еси-печворк «Босорка».

Ключові слова: літературний жанр, колективний літературний печворк, колективна п'еса-печворк, ознаки колективної п'еси-печворк, структура колективної п'еси-печворк, конструкція колективної п'еси-печворк.

Serhii Batura. COLLECTIVE PLAY-PATCHWORK: SPECIFICS OF THE LATEST GENRE

This article attempts to provide scientific evidence for the theory of the latest literary genre: collective play-patchwork. This is a new subgenre of collective literary patchwork. The study offers a new definition of the latest genre in both a narrow and a broad sense, develops its general schematic design, defines its structure, and identifies a number of characteristic features. Using several dramatic genres as examples, the course of their modifications and transformations is outlined, the conditions for the acquisition of new functions are considered, and attention is drawn to the processes of genre diffusion. The conditions for the emergence of a collective play-patchwork are described, with particular reference to the influence of the rapid development of modern communication processes

and globalization trends. An attempt is made to demonstrate the features of practical implementation of the latest genre on the example of the literary experiment consisting in writing a collective patchwork play «Bosorka», which was organized by the author of this article.

The purpose of the article is to scientifically substantiate the peculiarities of the newest literary genre – collective play-patchwork. To achieve this goal, it is necessary to solve the following tasks: to define the newest literary genre – a collective play-patchwork, to study the peculiarities of this genre, to propose its schematic structure, and to highlight the main features of the newest literary genre.

The scientific novelty of the subject is based on the fact that here the newest literary genre – collective play-patchwork is proposed, its peculiarities are highlighted, and the ways of its practical implementation are suggested. The results of further testing for the latest genre will require some additional study, which will determine the relevance and novelty of the research implemented in the article.

The latest communication processes give impetus to the emergence and development of new genres, as has been revealed.

It turns out that one of these genres is collective play-patchwork, which can be considered a subgenre of collective literary patchwork. The basic principle is to bring together numerous authors to create common dramatic texts that make up a series of different genre works (acts or plays) that are united by a common theme, premise, idea, main character, sequence of events, and setting.

The summary. The result of this research is the substantiation of the latest literary genre collective play-patchwork. This can be considered in a broad and narrow sense and is characterized by the following features: by form, it is a dramatic work, which is intended for playing on stage and includes its main characteristics; which is created by a team of authors, the number of which is unlimited; having a large volume of dramatic text; which can consist of numerous acts and individual plays created by co-authors of a collective play-patchwork based on the prologue and concept to a dramatic work; contains many storylines and a variety of characters; combines different genres in content (such as comedy, drama, dramedy, tragedy, tragicomedy, farce, tragifarce, melodrama, vaudeville, mystery, miracle, moralite, extravaganza, etc.), which allows many dramatic improvements (acts or plays) of many co-authors; these works are united around the literary core – the prologue and the concept of a collective dramatic work; the role-playing game embodies the theme, premise, and common idea of the work, which outlines the main character (s), depicts one's artistic world, the common setting (s) and sequence of events, and contains common artistic details; it shall combine the different styles and views of many authors into a common collective dramatic heritage; in the same time, individual dramatic works made by co-authors (acts or plays) can be written in different languages.

We see the prospect of future research in further substantiation of the newest genre and a comprehensive study of the results of the recent literary experiment of writing a collective play-patchwork «Bosorka».

Key words: literary genre, collective literary patchwork, collective play-patchwork, collective play-patchwork attributes, structure of a collective play-patchwork, construction of a collective play-patchwork.

Постановка проблеми. Сучасні глобалізаційні процеси торкаються всіх сфер суспільного життя, не залишаючи осторонь і літературу. Остання не лише осмислює та віддзеркалює новітні світові проблеми, а й зазнає значного впливу глобальних процесів, зокрема, у сфері розвитку засобів комунікації. Інтернет, різноманітні соціальні мережі, літературні платформи полегшують спілкування між людьми, забезпечують обмін досвідом, стимулюють до творчості та співпраці. Це своєю чергою сприяє появі нових літературних течій, жанрів, забезпечує жанрову дифузю й, відповідно, створення новітніх типів творів, проведення літературних експериментів та впровадження творчих інновацій. Слід погодитись з І. Лімборським у тому, що глобалізаційні процеси також дають можливість виявити та «почути окремі «голоси», які донедавна не помічалися» [17, с. 54]. Як бачимо, комунікативна складова сучасних світових інтеграційних тенденцій залишає свій відбиток на літературі в цілому та спричиняє виникнення інноваційних способів колективної літературної співпраці й зародження відповідних літературних жанрів, або модифікацію вже усталених.

Зокрема, одним із таких сучасних жанрів, поява якого стала можливою завдяки запровадженню широкого спектра новітніх засобів комунікації між авторами, є колективний літературний печворк. В його основу покладено принцип створення єдиного художнього полотна, шляхом співпраці багатьох письменників, в тому числі з різних куточків планети. Слід зазначити, що «під колективним літературним печворком можна розуміти тип літературного твору, що поєднує в собі сукупність різножанрових доробків, створених групою авторів на основі спільної теми та ідеї, втілених у пролозі з прив'язкою до ключового персонажа (персонажів), його художнього світу та спільного місця подій» [3, с. 14]. Своєю чергою, практичне втілення колективного літературного печворку, як жанру сучасної масової літератури (шляхом проведення масштабних літературних експериментів), дає підґрунтя стверджувати про можливість його трансформації у низку піджанрів. До останніх, на думку автора цієї статті, слід віднести колективний роман-печворк, колективну п'єсу печворк та колективний кіносценарій-печворк. Варто зазначити, що першим в Україні колективним романом-

печворк стала електронна книга «Босорка» [7], створена завдяки співпраці 228 авторів, які представляють широку географію. Колективний доробок склав 2833 сторінки та був визнаний Національним реєстром рекордів України в категорії «Мистецтво» у трьох номінаціях: «Найбільший колектив авторів електронної книги», «Найбільша кількість сторінок електронної книги», «Перший колективний роман-печворк «Босорка»» [27, 28]. Зазначений літературний експеримент створив підвалини для подальшої творчої колаборації авторів, в результаті чого триває процес написання низки колективних романів-печворк, зокрема, «The Mysterious Ten», «When Time is short», «Врятувати Білобога», а також колективної п'єси-печворк «Босорка».

Дана стаття присвячена спробі наукового осмислення теоретичної моделі колективної п'єси-печворк, як піджанру колективного літературного печворку. Враховуючи динамічність сучасних процесів жанрової трансформації у царині драматургії та появу новітніх тенденцій створення драматичних текстів великою кількістю авторів (зокрема, шляхом проведення літературного експерименту написання колективної п'єси-печворк «Босорка» [4]), виникає необхідність теоретичного осмислення новітнього літературного жанру та визначення його місця серед жанрів драматургії, що вже існують. Усе вищезазначене зумовлює **актуальність** наукових розвідок на окреслену тематику та спричиняє потребу формулювання дефініції колективної п'єси-печворк, виокремлення її основних ознак.

Аналіз досліджень і публікацій. На сучасному етапі вивченню проблематики літературних жанрів присвячено роботи багатьох вітчизняних вчених. Наприклад, систематизацією літературної жанристики з огляду на її історичний розвиток та сучасний стан займається А. Ткаченко. Тенденціям сучасної генології, зокрема, проблемам виникнення, трансформації, типології та функціонування літературних жанрів в історичній проєкції свої роботи присвятили О. Кеба, П. Шулик, І. Голубішко, В. Кшевецький, І. Салтанова, Т. Івасишена, А. Лаврова, Н. Ситник та інші. Вивчення розвитку жанрів драматургії на межі ХХ–ХХІ століття, а також жанрових трансформацій та модифікацій, зокрема, є сферою наукових інтересів Є. Васильєва. Окремим жанрам драматургії присвятили свої роботи О. Лілова, К. Олійник, В. Атаманчук, Г. Ступницька, М. Кудрявцев, Я. Поліщук, З. Родчин, О. Кобзар, Ж. Бортнік та інші. Зокрема, жанр трагедії в українській драматургії є предме-

том дослідження В. Атаманчук. Генезі, еволюції та тенденціям розвитку жанру комедія приділяє увагу М. Кудрявцев. Знакові атрибути трагікомедії та еволюція жанру стали предметом дослідження З. Родчин, О. Кобзар, Ж. Бортнік. Проблемам світової літератури та глобалізації присвячено монографію І. Лімборського. Разом з тим, поява нових типів творів і загалом новації в літературі зумовлюють потребу подальших наукових пошуків у царині генології.

Метою статті є здійснення спроби наукового обґрунтування специфіки новітнього літературного жанру – колективна п'єса-печворк.

Задля реалізації визначеної мети постає необхідність у розв'язанні наступних **завдань**:

1. Дати визначення новітньому літературному жанру – колективна п'єса-печворк;
2. Вивчити специфіку зазначеного жанру;
3. Запропонувати його схематичну конструкцію;
4. Виокремити основні ознаки новітнього літературного жанру.

Методологія дослідження. Для теоретичного дослідження колективної п'єси-печворк як новітнього жанру застосовується низка загальнофілософських та спеціальнонаукових методів. Зокрема, метод аналізу і синтезу (з метою виявлення окремих ознак колективної п'єси-печворк та окреслення її схематичної конструкції); описовий метод (для опису літературного експерименту, спираючись на концепцію до колективної п'єси-печворк «Босорка» та прологу до неї); метод узагальнення (з метою створення загальної схематичної конструкції колективної п'єси-печворк); історичний метод (для простеження загальних тенденцій модифікації та трансформації основних жанрів драматургії); структуралістський метод (з метою виявлення основних складових колективної п'єси-печворк, встановлення зв'язків між різними її частинами); метод індукції (для формулювання широкого та вузького визначень новітнього жанру – колективна п'єса-печворк).

Виклад основного матеріалу досліджень. Глобалізаційні процеси не пройшли осторонь сучасної драматургії, що зазнає постійних видозмін в царині жанрів пристосовуючись до умов сьогодення. Поглиблення та спрощення комунікативних процесів між різноманітними творчими спільнотами, створення умов для обміну театральними традиціями, стилями, техніками сприяють появі новітніх драматичних жанрів, або надають нового змісту тим, що вже існують.

Протягом історії розвитку драми, як родової категорії літератури, відбувалась постійна зміна її жанрової специфіки, проводились експерименти, простежувалось відмирання та поява нових жанрів, набуття ними додаткових функцій, що призводило до процесів модифікацій та трансформацій, а також жанрових дифузій. Як зазначає І. Голубішко, це пов'язано із тим, що «незмінними завжди залишаються основні родові категорії літератури – епос, лірика і драма, а їхнє жанрове наповнення в процесі літературного розвитку трансформується, що викликає необхідність по-новому оцінювати жанрові рамки, ієрархію жанрів, їхнє співвідношення між собою» [10, с. 39].

Процеси модифікації або трансформації торкнулися майже усіх жанрів драматургії. Зокрема, Є. Васильєв висловлює слушну думку, що архаїчних жанрів драми, зокрема, містерії, міраклю, мораліте тощо, не оминули «процеси жанрових модифікацій» [8, с. 53]. Так, яскравим прикладом жанрової модифікації можна вважати середньовічну містерію, яка у XX столітті «перестає бути суто формою релігійного дійства й набуває якості метажанру, що зумовлює перехід із релігійної сфери до світської та, на противагу дидактичному, набуває естетичного навантаження» [19, с. 18].

Подібних жанрових модифікацій зазнає й жанр мораліте, пік популярності якого, зокрема в Англії, припав на другу половину XVI ст. Як зазначає О. Лілова, «цей жанр можна вважати репрезентативним не лише в аспекті середньовічної християнської ідеології, але й середньовічної художньої образності, в основі якої лежить прагнення митця виразити абстрактне уявлення через конкретний образ, візуалізувати ідею, надавши їй фізичного (зазвичай, тілесного) виразу» [16, с. 79]. Подальший розвиток цього жанру призводить до його модифікацій та набуття таких ознак, як тяжіння до реалізму (на противагу алегоричності), частковий відхід від суто дидактичного характеру, зміни форми подачі матеріалу (від віршованої до прозової). Попри це жанр мораліте продовжує своє існування в сучасній драматургії, загострюючи увагу на моральних проблемах сьогодення, а його модифіковані форми передбачають поєднання різних стилів і технік. Своєю чергою, в результаті модифікації «містерія починає існувати на межі жанрів як синтетичне утворення, проявляє інтенції «допомагати» іншим жанрам» [19, с. 18].

Отже, архаїчні жанри драматургії адаптувались до змін епохи, позбавившись пере-

важно морально-дидактичного характеру та втілюючи більше свободи щодо відображення дійсності. Своєю чергою, певних трансформацій зазнали й такі жанри, як трагедія, комедія, трагікомедія. Як зазначає Є. Васильєв, вони «не переривали своєї історії..., а лише видозмінювались із кожною новою театральною добою» [8, с. 53].

Зокрема, трагедія як жанр драматичного роду, зародившись в епоху античності, неодноразово зазнавала еволюційних змін. Від початку свого існування основним завданням цього жанру було відображення переважно морально-етичних та суспільних проблем, порушення яких мало на меті викликати у глядача почуття страху та жалю. Подальша трансформація жанру пов'язана з набуттям ним дидактичних функцій, а також з тематичними змінами трагедії та зміщенням акцентів стосовно природи конфліктів між особистістю та навколишнім світом, що призводить до страждань останньої й, зрештою, трагічної розв'язки. Загалом, зміна векторів цивілізаційного розвитку безпосередньо впливала на трансформацію жанру трагедія та його різновидів, що адаптувались до викликів конкретних епох, набуваючи нових ознак, при цьому залишаючись незмінними у своїх фундаментальних естетичних засадах. У цьому сенсі слід погодитись з В. Атаманчук у тому, що трагедія «засновується на дисгармонійному співвідношенні між частиною і цілим, яке стає джерелом трагедійного конфлікту, оскільки трагедійний герой, будучи втіленням одиничного, намагається видозмінити суть загального, і тому стикається з невідоланими йому перешкодами... Життя трагедійного героя визначається взаємодією чинників, що не підлягають волі окремої людини, і самої людської особистості» [1, с. 4]. При цьому, як зауважує Я. Поліщук, «трагедія зображує могутню волю людини, що бунтує проти стихії хаосу,... а діалектика трагедії проявляється в її сповненій життя наснаженості. Сила такої драми не в трагічності, а в трагічному оптимізмі...» [21, с. 115].

На відміну від трагедії, «комедія – це жанр драми, в якому дія, характери, ситуації постають у смішних формах, а конфлікти здебільшого закінчуються щасливо» [26, с. 105]. Водночас як і жанр трагедія, комедія має глибинні античні корені. Ще у своїй «Поетиці» давньогрецький філософ Арістотель визначав її як «зображення всього порівняно поганого в людині. При цьому вади відтворюються не в усій їх повноті, а лише тою мірою, в якій смішне є частиною неподобного; бо смішне – це яка-небудь помилка або неподоб-

ство, тільки не шкідливе і не згубне» [14, с. 46]. Подальший розвиток комедії, відображаючи дух конкретних історичних епох, ознаменувався трансформаційними процесами та появою численних різновидів цього жанру, зокрема: античної комедії, комедії-балету, побутової комедії, комедії масок або комедії дель арте, комедії ідей, комедії інтриги чи комедії становища, комедії «плаща і шпаги», сатиричної комедії, сентиментальної комедії, ученої комедії тощо» [15, с. 178]. Водночас попри трансформаційні процеси, які безпосередньо торкнулися характерних особливостей як форми, так і змісту жанру комедії та появу її численних різновидів, на сучасному етапі для більшості останніх характерними залишаються глибинний підтекст і метафоричність образів, що роблять її надзвичайно актуальною. Загалом, як слушно зазначає у своєму дисертаційному дослідженні Г. Ступницька, для комедії продовжує бути характерною «гумористична, жартівлива, іронічна, кумедна, пародійна, карикатурна, курйозна, гротескна, інвективна, саркастична емоційна спрямованість, комічний чи сатиричний синкретичний характер, правдива чи символічна логіка зображеного, процес жанрологічної взаємодії та модифікації» [25, с. 27].

Ще одним драматичним жанром, якого торкнулися процеси жанрових трансформацій є жанр трагікомедії. Для нього «очевидна когерентність елементів трагедії й комедії», що характеризується злиттям останніх [22, с. 18]. Як зазначає З. Родчин «в основі її жанроутвору лежить трагікомічне сприйняття драматурга, а також трагікомічний характер конфлікту» [22, с. 18]. При цьому, конфлікт попри свою серйозність та трагічність наслідків, постає з елементами комічного, що дозволяє зменшити загальну напругу у драматичному творі. Зважаючи на вищевикладене, слід погодитися з О. Кобзар, яка виокремлює наступні ознаки трагікомічного жанру: «поєднання смішних і серйозних сцен, героїчних і комічних характерів, заплутану дію з несподіванками, роль випадку в долі персонажів, що є не повноцінними характерами, а певними типами» [13, с. 39]. Загалом, звертаючись до «Словника театру» П. Паві, можна констатувати, що цей змішаний жанр «намагається поєднати величне з гротескним і пояснити існування людини засобами різючих контрастів» [20, с. 542]. Досягнувши свого апогею, на світанку епохи Відродження та «ставши спочатку провісницею, а потім суперницею класичної трагедії» [20, с. 542], подібно до розглянутих вище жанрів на всіх етапах історії свого розвитку трагікомедія пристосову-

валася до умов сучасності, набуваючи тих чи інших трансформаційних ознак. На цих етапах для неї характерне зображення різних подій: «зустрічей, примирення, непорозуміння, галантних історій... та надання переваги видовищності, дивовижності, героїзму, патетиці тощо» [20, с. 542]. Загалом трагікомедія залишається доволі поширеним жанром, оскільки здатна викликати як сміх, так і співчуття до героїв, поєднуючи трагічні події зі щасливим кінцем. В її лоні, як і в інших описаних вище жанрах, можуть порушуватися складні моральні та соціальні проблеми, що відображають неоднозначне сприйняття реальності. До того ж як зазначає Ж. Бортнік, з цією метою «для зображення гострого відчуття трагічності драматурги активно залучають абсурдистську естетику, де зближення трагічного та комічного є засадничою основою» [5, с. 74].

Як бачимо, розглянуті вище процеси модифікації та трансформації драматичних жанрів були й залишаються досить динамічними. Культурні та світоглядні зміни в суспільстві, а також мінливе розуміння естетичного зумовлюють появу нових типів літературних творів та урізноманітнюють як їхній зміст, так і форму подачі. На сучасному етапі, у процесах трансформації та модифікації драматичних жанрів значну роль відіграє глобалізація, що виступає каталізатором впровадження різноманітних новацій у царині драматичних текстів та їх постановки на сцені. Своєю чергою, модернізація підходів до написання п'єс стимулює появу різноманітних літературних експериментів. Як вже зазначалося вище, одним з таких експериментів можна вважати створення групою авторів колективної п'єси-печворк «Босорка», що став продовженням вже успішно реалізованого проєкту «Босорка», в результаті якого відбулася апробація створення першого в Україні колективного роману-печворк «Босорка» [3, с. 13]. Обидва літературні експерименти були ініційовані автором цієї статті з метою впровадження, обґрунтування та розкриття потенціалу новітнього літературного жанру – колективний літературний печворк. Слід зазначити, що термін «печворк» (англ. «patchwork»), походить від двох англійських слів: «patch» (шматочок, клаптик) та «work» (робота, дія). Згідно з кембриджським електронним словником термінів, «patchwork» – «це клаптикова ковдра, виготовлена шляхом зшивання багатьох менших шматочків тканини з різними візерунками та кольорами» [12].

За аналогією до використання техніки створення клаптикової ковдри з різноманітних шматочків тканини у текстильній про-

мисловості, в основу колективного літературного печворку, як новітнього літературного жанру покладено принцип колективного створення єдиного літературно «полотна» (доробку) великою кількістю авторів, шляхом об'єднання їхніх різних за жанром та стилем творів у цілісну художню «ковдру-печворк» на основі заздалегідь обумовлених теми, ідеї твору, ключових персонажів та місць подій, прописаних та розкритих у пролозі й концепції до колективного твору. Враховуючи вищевикладену специфіку новітнього літературного жанру, на думку автора цієї статті, колективний літературний печворк може бути реалізований у низці піджанрів, зокрема, колективному романі-печворк, колективній п'єсі-печворк та колективному кіносценарій-печворк (див. рис. 1).

При цьому, як показала практика, найбільшу свободу у створенні власних доробків, що складають єдиний художній твір, співавтори реалізують у контексті написання колективного роману-печворк, оскільки останній дозволяє поєднувати різножанрові доробки, як за формою (оповідання, новела, есе, п'єса, вірш, поема тощо), так і за змістом (фантастика, фентезі, детектив, гумор, сатира, трилер тощо).

З одного боку, подібно до колективного роману-печворк, колективна п'єса-печворк, як форма драматичного твору, дозволяє створення власного текстового простору великою групою авторів, шляхом поєднання у собі

значної кількості різножанрових доробків (актів та окремих п'єс), що загалом складають колективну-п'єсу печворк (див. рис. 2 та рис. 3). З іншого боку, на відміну від великого епічного жанру колективний роман-печворк, який майже не має обмежень у власному створенні, колективна п'єса-печворк та колективний кіносценарій-печворк вимагають дотримання чіткої специфіки форми подачі письмового тексту.

Звертаючись до етимології терміну «п'єса», (з фр. – шматочок, частина), під останньою слід розуміти «драматичний твір, призначений для показу на сцені, іноді для читання» [23, с. 100], або «різновид драми, в основі якої – конфлікт серйозного, складного і яскравого характеру» [18, с. 533]. При цьому П. Паві наголошує на таких її характерних особливостях, як «компонування діалогів та монологів» [20, с. 305], а також членування на акти (дії), з метою «композиційного поділу п'єси на приблизно рівні частини залежно від часу та розгортання дії» [20, с. 27].

Колективна п'єса-печворк, як драматичний твір, призначений для постановки на сцені, також складається з актів, які своєю чергою містять окремі яви (картини). Однак, на відміну від класичної п'єси на кілька актів (дій), вона може складатися з великої кількості пов'язаних між собою актів, або окремих п'єс, що своєю чергою можуть включати один і більше актів. Кожен акт колективного драматичного твору, або окрема п'єса, як його скла-



Рис. 1. Трансформація колективного літературного печворку у піджанри



Рис. 2. Структура колективної п'єси-печворк з поділом на акти, авторами кожного з яких є окремі драматурги

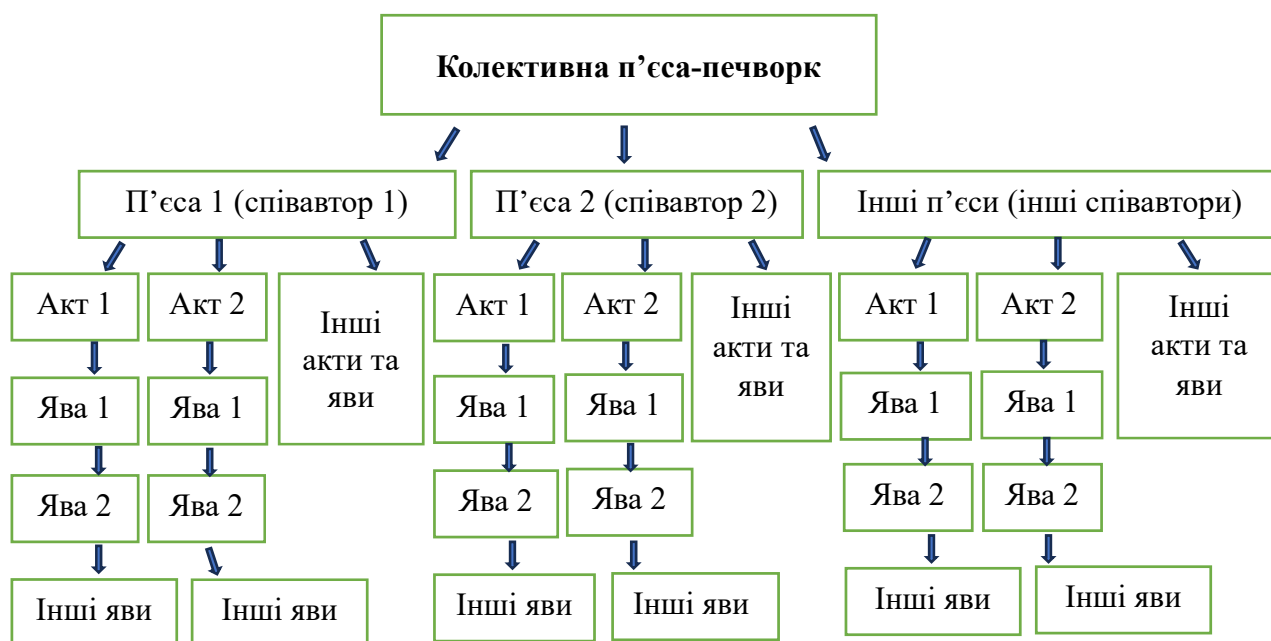


Рис. 3. Структура колективної п'єси-печворк з поділом на п'єси, авторами кожної з яких є окремі драматурги

дова, створюється конкретним співавтором у своєму жанрі та стилі, що дозволяє застосовувати широкий вибір виражальних засобів та різноманітних прийомів і робить загальне полотно колективної п'єси-печворк надзвичайно строкатим. Загалом, колективна п'єса-печворк являє собою складний за своєю архітектонікою багатосюжетний, багатожанровий (може включати комедію, драму, трагедію, трагікомедію, фарс, трагіфарс, мелодраму, водевіль, містерію, міраклі, мораліте, феєрію тощо) драматичний доробок створений великою кількістю авторів на основі прологу та концепції до колективного твору.

Слід зазначити, що у межах реалізації художнього задуму колективної п'єси-печворк, кожен окремий доробок (акт або п'єса), як частина спільного художнього твору може мати тектонічну, або атектонічну будову. Це означає, що окремий співавтор колективного твору самостійно вирішує чи передбачатиме його доробок наявність, або відсутність таких елементів композиції як експозиція, зав'язка, розвиток дії, кульмінація, розв'язка, епілог. Окрім цього, автор на власний розсуд визначає кількість художніх персонажів залучених до написання твору. Незмінною залишається лише умова взаємодії цих персонажів з ключовим персонажем (персонажами) з прологу до колективної п'єси-печворк. Допускається створення окремими співавторами власних доробків у формі моноп'єси, для якої характерним є не лише наявність «суб'єкта дії», а й присутність умовного пер-

сонажа, який сприймається останнім у його рефлексії, що надає додаткових поштовхів для розвитку внутрішнього конфлікту окремому твору [6, с. 124]. Наявність моноп'єс, як складових колективної п'єси-печворк, свідчить про застосування широкого інструментарію, який здатні використовувати співавтори під час створення колективного доробку. Окрім цього включення монодрам у цілісний текст колективної п'єси-печворк забезпечує охоплення максимальної кількості підходів до прочитання семантики образів створених у драматичному творі та розкритих на сцені.

Залежно від концепції до колективної п'єси-печворк події у кожній її складовій (окремому акті чи п'єсі) можуть бути не пов'язані хронологічно, включати ретардації, або являти собою низку подій, які послідовно розгортаються в часі. Також сюжет колективної п'єси-печворк може базуватися на концентричному принципі, тобто розгортатися довкола центральної події, або групи подій.

У випадку коли у колективній п'єсі-печворк відбувається нелінійний розвиток подій вона може нагадувати п'єсу-колаж. Водночас на відміну від останньої, яка пишеться одним драматургом (наприклад, п'єса Сари Кейн «Психоз 4.48» [29]), колективна п'єса-печворк створюється багатьма авторами. І хоча обидва типи творів складаються з окремих частин, які відрізняються своїм стилем й організацією думки, вони утворюють цілісний літературний доробок, який «все більше нагадує створення єдиного конструкта з різнорідних

елементів» [9, с. 67]. Разом з тим, визначальною особливістю п'єси-колаж є відсутність єдиної тематики (можуть використовуватися фрагменти різноманітних текстів, часто не пов'язаних між собою), що не притаманно колективній п'єсі-печворк, цілісність якої забезпечується єдиною темою, ідеєю, наявністю ключового персонажа (персонажів), спільного місця (місць) подій визначених в концепції та втілених у пролозі до колективного твору. Загалом, поява зазначених різновидів п'єс реалізує новаторську драматичну форму та вкотре підтверджує динамічність процесів жанрової трансформації сучасної драматургії.

Не зважаючи на жанрово-стильову свободу у реалізації художнього задуму співавторами колективної п'єси-печворк, останнім слід враховувати специфіку драматичних творів, що реалізуються на сцені через дію за допомогою діалогів та монологів. На відміну від художніх доробків створених в інших жанрах, у п'єсі час та простір розгортаються безпосередньо на сцені в межах театральної постановки, тобто обмежуються сценічним часом. Як зазначає А. Жуковець, «хронотоп драматичного твору є особливим різновидом художнього хронотопу... Поза межами дій час може розгортатися так, як завгодно автору: між діями може пройти так багато часу, як визначає автор» [11, с. 168]. Окрім врахування особливостей хронотопу драматичного твору, при написанні власних доробків співавтори колективної п'єси-печворк мають дотримуватись й інших загальних канонів створення п'єс, зокрема: розкриття характерів персонажів через діалоги та монологи; використання ремарок для опису міміки, жестів, настроїв героїв, мінімізації авторської мови; врахування загальної специфіки драматичного тексту тощо. Стосовно останнього, слід погодитися з І. Струк у тому, що «у драматичному тексті перевага надається простим реченням, навіть при вираженні складної думки, що сприяє створенню ілюзії спонтанності комунікативної взаємодії, наближеної до життєвої ситуації. Пріоритетний вибір простих речень і коротких реплік може бути пов'язаний з тим, що при слуховому сприйнятті до адресата (глядача) доходить лише та інформація, що не потребує складного декодування» [24, с. 32].

З метою практичної апробації новітнього літературного жанру колективна п'єса-печворк, спроба наукового обґрунтування якого запропонована вище, автором цієї статті було організовано літературний експеримент з написання колективного драматичного твору «Босорка». Для цього ним було

зібрано команду драматургів, які представляють широку географію, написано пролог до колективної п'єси-печворк під назвою «Босорка. Нерозділене кохання» [2], розроблено концепцію до колективного твору, а також запропоновано перелік орієнтовних тем для написання співавторами власних драматичних доробків (одноактних п'єс).

За художнім задумом автора цієї статті, «колективна п'єса-печворк «Босорка» – це історія про карпатську відьму-босорку Євдокію Іванівну, яка проживає в селі Старі Мухомори. Босорка відома на всю країну чаклунка і до неї звідусіль приїждять люди задля розв'язання різноманітних проблем. Хтось шукає здоров'я, кохання, дружби, успіху у справах. Дехто розшукує близьких і позбавляється страхів. Комусь потрібне натхнення і відмова від дурних звичок, пристріту та багато іншого. Темою твору виступає розповідь про життєві історії людей, котрі приходять до босорки з метою розв'язання різного роду проблем, а ідеєю постає уславлення того, що кожен отримує по заслугі» [4].

Окрім цього, в концепції до колективної п'єси-печворк виокремлено низку завдань написання драматичного доробку. З поміж останніх слід виокремити: «розкриття багатогранності людської натури в різноманітних життєвих обставинах; уславлення мудрості та вірності власним життєвим принципам; зображення вічної боротьби добра і зла й багатолітності фіналу такого протистояння (комедія, трагедія, драма); популяризація загальноукраїнської та загальнослов'янської міфології, зміцнення віри в позитивні якості карпатської відьми, що здатна прийти на допомогу в безвихідній ситуації; розкриття багатогранного міфологічного персонажа босорки, її надприродних сил, позитивних і негативних рис, ставлення до людських проблем та способів їх розв'язання» [4]. Задля максимального досягнення цілісності колективного драматичного твору, як єдиного художнього полотна, в концепції було визначено та схарактеризовано ключового персонажа – босорку Євдокію Іванівну, описано її зовнішність, характер, побут, звички тощо; створено та змальовано спільне для всіх співавторів місце подій – село Старі Мухомори; описано зовнішній вигляд сцени, де відбуваються події – інтер'єр будинку босорки, куди співавтори у своїх п'єсах приводять власних героїв, щоразу взаємодіючи з ключовим персонажем – Євдокією Іванівною; запропоновано низку художніх деталей, які використовуються співавто-

рами при створенні їхніх художніх світів; визначено завдання для кожного автора при написанні його доробку [4].

Зазначена концепція повністю втілена автором цієї статті у пролозі до колективної п'єси-печворк «Босорка. Нерозділене кохання», який є комедією на одну дію. У ній до карпатської відьми Євдокії Іванівни, як ключового персонажа твору, приходять другорядні герої – подружжя Богдан і Марійка. Молодята з'являються не самі, їх приводить подруга – Катруся, що має намір розлучити пару. Однак босорка мудра чаклунка й зла не чинить, якщо того не вимагають обставини. Врешті, задум Катрусі залишається нереалізованим, конфлікт вирішується на користь подружжя, а пролог має щасливий фінал [2].

Отже, при написанні колективної п'єси-печворк завданням кожного автора є, на основі прологу, концепції та обраної теми із запропонованого орієнтовного списку, створити власний логічно завершений драматичний твір (п'єсу на одну дію) у своєму жанрі та стилі. Події у п'єсі кожного автора розгортаються на уніфікованій сцені, сценографія якої чітко прописана в концепції. Остання виступає спільним місцем подій, де герої співавторів колективної п'єси-печворк обов'язково взаємодіють з ключовим персонажем. Уніфікованість сценографії, дотримання єдиної теми, ідеї, завдань твору, однакове зображення карпатської відьми-босорки Євдокії та втілення авторами запропонованих художніх деталей, забезпечують цілісність колективної п'єси-печворк, а також дозволяють театралізацію окремих п'єс співавторів на різних сценах, охоплюючи широку географію, як єдиного колективного драматичного доробку.

Враховуючи вищевикладене, задля кращого розуміння алгоритму написання колективної п'єси-печворк, постає необхідність формулювання загальної схематичної конструкції новітнього жанру, що на думку автора статті, може мати наступний вигляд (див. рис. 4).

Варто наголосити, що в основу окресленої загальної схематичної конструкції новітнього жанру колективна п'єса-печворк було покладено розроблену раніше автором цієї статті схематичну конструкцію колективного літературного печворку [3, с. 9–10].

Підбиваючи підсумки, з-поміж ознак колективної п'єси-печворк, як новітнього літературного жанру, на думку автора статті, слід виокремити наступні:

1. За формою є драматичним твором призначеним для постановки на сцені та включає його основні характеристики (складається з

реплік персонажів, ремарок автора, містить список дійових осіб, передбачає наявність конфлікту, специфіку мови характерну для драматичних текстів тощо).

2. Створюється колективом авторів, кількість яких необмежена.

3. Має великий обсяг драматичного тексту.

4. Може складатися з великої кількості актів та окремих п'єс, створених співавторами колективної п'єси-печворк на основі прологу та концепції до драматичного твору. Драматичні доробки співавторів можуть бути поставлені як на одній сцені (послідовно, протягом певного часу), так і на різних сценах окремо одна від одної.

5. Містить багато сюжетних ліній, розмаїття персонажів.

6. Об'єднує різножанрові за змістом (комедію, драму, трагедію, трагікомедію, фарс, трагіфарс, мелодраму, водевіль, містерію, міраклі, мораліте, феєрію тощо) драматичні доробки (акти або п'єси) багатьох співавторів.

7. Усі доробки об'єднані навколо літературного ядра – прологу та концепції до колективного драматичного твору.

8. Пролог втілює тему та ідею твору, окреслює головного персонажа (персонажів), зображує його художній світ, спільне місце (місця) подій, містить художні деталі;

9. Об'єднує різні стилі й погляди багатьох авторів в єдиний колективний драматичний доробок.

10. Окремі драматичні доробки співавторів (акти або п'єси) можуть писатися різними мовами.

Висновки. Отже, народження новітнього жанру колективна п'єса-печворк, в основу якого покладено спільне написання драматичних творів великою кількістю авторів, стало відповіддю на загальні тенденції сучасної епохи, що характеризується широкими глобалізаційними процесами, зокрема у сфері розвитку засобів комунікації. Різноманітні способи віртуального спілкування дають можливості, зокрема драматургам, об'єднуватися для створення єдиних драматичних текстів, що складають сукупність різножанрових доробків (актів або п'єс), об'єднаних спільною темою, ідеєю, ключовим персонажем та місцем подій. Поява подібних колективних творів сприяє заго-стренню уваги суспільства на проблематиці порушеній у колективній п'єсі-печворк та допомагає виявити нові імена як у драматургії, так і в театральному мистецтві. Окремої уваги заслуговує подальша театралізація колективних драматичних доробків написаних у новітньому жанрі, що може стати

Формується група авторів (у тому числі з різних країн світу) для написання колективної п'єси-печворк. Визначаються тема й ідея драматичного твору. Обирається ключовий (ключові) персонаж та узгоджуються його основні характеристики. За потреби складається перелік другорядних героїв майбутньої колективної п'єси, які фігуруватимуть в історіях інших авторів, визначаються їхні основні характеристики та художні деталі. Узгоджується місце (місця) подій. За результатами обговорення складається концепція до колективної п'єси-печворк.



Відповідно до визначеної концепції, один з авторів пише пролог (зачин), у межах якого відображає тему, задум (ідею) драматичного твору і надає передумови майбутнім різножанровим літературним доробкам (актам, окремим п'єсам) співавторів колективної п'єси-печворк. У разі залучення авторів з різних країн світу пролог та концепція до колективного драматичного твору перекладаються відповідними мовами. Групою авторів вивчаються художній світ, зображений у пролозі та концепція до драматичного твору.



Складається перелік тем для написання окремих різножанрових драматичних творів (актів, окремих п'єс) співавторів колективної п'єси-печворк.



Окремо один від одного автори пишуть власні драматичні доробки (акти, окремі п'єси) у своєму жанрі, стилі, зі своїм сюжетом, його елементами, героями. Драматичні твори авторів неодмінно пов'язані з ключовим (ключовими) персонажем з прологу, його художнім світом і відповідають концепції. Співавтори колективної п'єси-печворк також можуть створювати, доповнювати, розширювати художні світи самих ключових персонажів.



Завершені історії авторів об'єднуються в цілісну колективну п'єсу-печворк в узгодженому порядку (зокрема, може враховуватися логічність, хронологія подій, або черговість написання тощо). Інтегрованість окремих драматичних доробків (актів, окремих п'єс) у цілісний колективний драматичний твір залежить від урахування художніх деталей, прописаних у пролозі та концепції. У разі створення різномовної колективної п'єси-печворк остання може потребувати перекладу мовами конкретних країн.



За необхідності, один автор може писати епілог до колективної п'єси-печворк, пов'язаний з ключовим персонажем (персонажами) або прологом.

Рис. 4. Загальна схематична конструкція новітнього жанру – колективна п'єса-печворк

окремим експериментом та породити новації в театральних постановках.

Виходячи із результатів здійсненої наукової розвідки, колективна п'єса-печворк, як піджанр новітнього жанру колективний літературний печворк, може розглядатися у вузькому та широкому сенсах. У широкому сенсі під колективною п'єсою-печворк слід розуміти багатоактний (або такий, що містить певну кількість п'єс) драматичний твір, котрий поєднує сукупність різножанрових за змістом доробків створених групою авторів на основі концепції та прологу до твору.

У вузькому сенсі під колективною п'єсою-печворк слід розуміти багатоактний (або

такий, що містить певну кількість п'єс) драматичний твір, котрий поєднує сукупність різножанрових за змістом (комедія, трагедія, драма, трагікомедія, мелодрама, фарс, водевіль, містерія, феєрія тощо) доробків, створених групою авторів на основі спільної теми, ідеї за умови взаємодії у власних текстах з ключовим персонажем (персонажами) у межах обумовленого місця (місць) подій прописаних у концепції та втілених у пролозі до твору.

Зазначені визначення не претендують на вичерпність, а новітній жанр колективна п'єса-печворк потребує проведення подальших досліджень та практичної апробації.

Література:

1. Атаманчук В. Жанр трагедії в українській драматургії 1910-1920-х років: ідейно-естетична парадигма: автореф. дис. канд. філол. наук: 10.01.01. К., 2007. 20 с.
2. Батура, С. Босорка. Нерозділене кохання. Пролог до колективної п'єси-печворк «Босорка». URL: <https://www.batura.com.ua/2025/06/26/prolog-do-kolektyvnoyi-pyesy-pechvork/>
3. Батура С. Колективний літературний печворк як новітній жанр літературного мистецтва. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Серія: Філологія*. 2024. Вип. 2 (12). С. 5–16. <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.2.1>
4. Батура С. Концепція до колективної п'єси-печворк «Босорка». URL: <https://www.batura.com.ua/2025/06/26/konczepczya-do-kolektyvnoyi-pyesy-pechvork-bosorka/>
5. Бортнік Ж. Деконструкція національних наративів: трагікомедія і трагіфарс (драматургія Л. Тимошенко, Лени Лягушонкової, В. Ченського). *Міжнародний філологічний часопис*. 2023. Vol. 14, № 3. С. 72–81.
6. Бортнік Ж. Монодрама як об'єкт теоретичної та критичної рефлексії: історія досліджень. *Питання літературознавства*. 2015. Вип. 91. С. 123–136. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pl_2015_91_12
7. Босорка. Колективний роман-печворк. Аркуш. Сучасна україномовна платформа. URL: <https://arkush.net/book/20958>
8. Васильєв Є. Сучасна драматургія: жанрові трансформації, модифікації, новації. Луцьк: ПВД «Твердиня», 2017. 532 с.
9. Дмитрієва І. П'єса-колаж та її особливості (на матеріалі п'єси Сари Кейн «Психоз 4.48»). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2016. Вип. 20 (1). С. 66–68. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2016_20%281%29_21
10. Жанри і жанрові процеси в історико-літературній перспективі: монографія / за ред. О. Кеби. Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2012. 224 с.
11. Жуковець А. Жанрова своєрідність часопростору в сучасній німецькій драматургії. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2019. Том 30 (69). № 3. Ч. 2. С. 166–170. DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2019.3-2/30>
12. Кембриджський електронний словник термінів. URL: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/patchwork#google_vignette
13. Кобзар О. Драма: еволюція жанру. *Всесвітня література в середніх навчальних закладах України*. 2005. Вип. 1. С. 38–40.
14. Коваль В. Арістотель (384–322 рр. до н. е). Поетика. Київ: Мистецтво, 1967. 129 с.
15. Кудрявцев М. Жанр комедії у світовій драматургії: генеза, еволюція, тенденції і явища. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Серія: Філологічні науки*. 2013. Вип. 32 (1). С. 177–184.
16. Лілова О. Алегорична антиномія «пороки-чесноти» як ідейно-структурна основа мораліте (на матеріалі п'єси Генрі Медволла «Природа»). *Мова і культура*. 2013. Вип. 16, т. 5. С. 79–87. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mik_2013_16_5_14 – 17.
17. Лімборський І. Світова література і глобалізація. Черкаси: Брама Україна, 2011. 192 с.
18. Літературознавчий словник-довідник. 2-ге вид. Київ: Академія. 2007. 751 с.
19. Олійник К. Містерія як метажанр у драматургії ХХ століття. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Серія: Філологічні науки*. 2021. Вип. 2 (95). С. 18–26. URL: <http://philology.visnyk.zu.edu.ua/article/view/247285/244611>
20. Паві П. Словник театру. Л.: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка. 2006. 640 с.

21. Поліщук Я. Контекст традиції і трагедійний жанр Лесі Українки. *Вісник Житомирського державного педагогічного університету імені Івана Франка*. 2001. Вип. 7. С. 112–117.
22. Родчин З. Рецепція західноукраїнської трагікомедії 20–30-х років XX століття. *Філологічні трактати*. 2014. Т. 6. № 3. С. 18–22. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Filtr_2014_6_3_5
23. Словник театрознавчих термінів і понять: словник / укладачі Савченко І., Ліпницька І. Київ. 2021. 144 с.
24. Струк І. Комунікативно-прагматичні особливості драматичного тексту як різновиду художнього мовлення. *Спільний українсько-румунський науковий журнал. (АПСНІМ)*. 2021. № 1 (29). С. 29–33. DOI: <https://doi.org/10.24061/2411-6181.1.2021.236>
25. Ступницька Г. Жанрові особливості комедії в англійській, німецькій, українській драматургії (кінець XIX – початок XX ст.): дисертація на здоб. наук. ступеня канд. філол. наук. Дрогобич, 2018. 296 с.
26. Ткаченко А. Мистецтво слова (Вступ до літературознавства): підручник: 2 вид. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2003. 448 с.
27. Українська літературна газета. Встановлено два всеукраїнські літературні рекорди. 2024. URL: <https://litgazeta.com.ua/news/vstanovleni-dva-vseukrainski-literaturni-rekordy/>
28. Українська літературна газета. В Україні зафіксовано літературний рекорд: «Перший колективний роман-печворк «Босорка». 2025. URL: <https://litgazeta.com.ua/news/v-ukraini-zafiksovano-literaturnyj-rekord-pershyj-kolektyvnyj-roman-pechvork-bosorka/>
29. Kane S. Complete Plays: Blasted, Phaedra's Love, Cleansed, Crave, 4.48 Psychosis, Skin. London: Methuen Drama. 2001. 268 p.

УДК 378.011:659.4:007

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.2.2>**Валерій БАШМАНІВСЬКИЙ**

кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики, реклами та PR,

Житомирський державний університет імені Івана Франка,

valerii.ivanovych11@gmail.com

ORCID: 0000-0001-6774-5419

**ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ СПЕЦІАЛІСТІВ
З ПИТАНЬ КОМУНІКАЦІЇ ДЛЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД
У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ PR-ТЕХНОЛОГІЙ**

У статті досліджено особливості підготовки спеціалістів з питань комунікації для територіальних громад у контексті розвитку PR-технологій, обґрунтовано необхідність формування у здобувачів вищої освіти відповідних фахових компетентностей. З'ясовано, що PR-технології стали невід'ємною складовою сучасного комунікаційного простору, а тому їх вивчення є необхідною умовою якісної підготовки здобувачів вищої освіти журналістського фаху. Підкреслено, що PR-складова в журналістській освіті сприяє вдосконаленню професійних компетентностей та програмних результатів, зокрема здатності застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у професійній діяльності, створювати медіапродукт, ефективно організовувати роботу PR-відділів; умінь створювати та реалізовувати проекти PR-кампаній в сучасному інформаційному просторі; розумінню особливостей функціонування PR, використанню новітніх досягнень у власній професійній діяльності. Наголошено на необхідності надання здобувачам вищої освіти знань про інструменти PR-діяльності та їх специфіку, що дозволить зберігати професійну об'єктивність і неупередженість. Зазначено, що PR-технології є невід'ємною частиною стратегічного управління територіальною громадою, оскільки дозволяють формувати позитивний імідж, підтримувати репутацію, будувати міцні зв'язки з громадськістю. Спеціалісти з питань комунікацій виступають активними учасниками суспільних процесів, що вимагає від них знань і навичок у сфері зв'язків із громадськістю, зокрема, вміння аналізувати цільову аудиторію, формувати ефективні меседжі, розробляти комунікаційні стратегії, що відповідають цінностям громади, працювати над вирішенням проблемних ситуацій щодо репутаційних ризиків та кризових ситуацій тощо.

Ключові слова: PR-технології, фахові компетентності, територіальна громада, зв'язки з громадськістю, органи місцевого самоврядування.

**Valerii Bashmanivskyi. FEATURES OF TRAINING COMMUNICATION SPECIALISTS FOR
TERRITORIAL COMMUNITIES IN THE CONTEXT OF PR TECHNOLOGY DEVELOPMENT**

This article examines the specifics of training communication specialists for territorial communities amid the evolving landscape of PR technologies. It emphasizes the need to develop relevant professional competencies in higher education students. PR technologies have become an integral part of the modern communication environment, making their study essential for the effective preparation of future journalists. Integrating PR components into journalism education enhances both professional competencies and learning outcomes. These include the ability to apply knowledge of social communications in professional contexts, create media products, and manage PR departments effectively. Students also gain skills in designing and implementing PR campaigns, understanding PR operations, and incorporating innovative tools into their work. The article underscores the importance of equipping students with knowledge of PR tools and their application to uphold professional objectivity and impartiality. It highlights that PR technologies are a crucial element of strategic management for territorial communities, enabling the development of a positive image, sustaining a strong reputation, and fostering effective public engagement. Communication specialists play an active role in social processes, which requires expertise in public relations – such as analyzing target audiences, crafting effective messages, developing value-driven communication strategies, and addressing reputational risks and crisis situations.

Key words: PR technologies, professional competencies, territorial community, public relations, local self-government bodies.

Постановка проблеми. Новітній комунікаційний простір змінюється під впливом глобалізаційних процесів, викликаних інтеграцією цифрових технологій і зростанням ролі соціальних медіа. Відповідно посилюються вимоги до підготовки медіафахівців, зокрема з питань забезпечення комунікації органів самоврядування з населенням територіальної громади, взаємодії з медіа та громадськістю, підготовки, проведення

та висвітлення заходів в інформаційному просторі об'єднаної територіальної громади. У таких умовах актуалізується потреба підготовки висококваліфікованих фахівців, здатних ефективно застосовувати PR-технології в різних сферах суспільної діяльності; осмислення актуальних тенденцій у сфері PR-технологій та їх інтеграції в навчальний процес для забезпечення відповідності професійної підготовки новітнім вимогам.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

До проблеми PR-діяльності зверталось багато науковців, зокрема В. Березенко, В. Данилишин, В. Зеліч, А. Зленко, О. Курбан, А. Киричок, В. Королько, Т. Коржова, А. Мельниченко, А. Нуржинська, П. Петров, І. Рябець, К. Смірнова, В. Шиян та інші. Учені досліджують історію, розвиток, теоретичні та практичні особливості PR-технологій у комунікаційному просторі; розглядають питання підготовки фахівців медіагалузі тощо. Так, В. Березенко з'ясовує сучасні проблеми вдосконалення PR-освіти [3], розглядає питання використання PR-інструментарію в галузі політичної комунікації [2]. Проблеми, пов'язані з питанням підготовки кваліфікованих кадрів для PR-галузі, порушує А. Киричок [6]; автор акцентує увагу на використанні менторського підходу в процесі професійної підготовки майбутніх PR-фахівців [7]. Досліджують рівень підготовки фахівців зі зв'язків із громадськістю в межах системи вітчизняної освіти та пропонують шляхи її вдосконалення А. Киричок та А. Мельниченко [8]. В. Шиян розглядає питання професійної підготовки та навчання майбутніх фахівців зі зв'язків із громадськістю [20]. І. Рябець вивчає становлення та розвиток професійної підготовки майбутніх фахівців із зв'язків з громадськістю у вищій школі України (друга половина XX ст. – початок XXI ст.) [16]. Проблеми підготовки PR-фахівців у сфері державного управління з'ясовують С. Синиця та В. Данилишин [18]. О. Курбан приділив увагу питанню вдосконалення побудови моделі професійної підготовки PR-фахівців [12]. Т. Коржова обґрунтовує дуальну модель вищої PR-освіти [9]. А. Нуржинська пропонує критерії та рівні сформованості компетентності майбутніх фахівців зі зв'язків з громадськістю в підготовці матеріалів для професійної діяльності [13]. В. Зеліч звертає увагу на моделі використання традиційних і нетрадиційних інструментів PR-технологій для просування компанії на ринку [4]. У своїх студіях науковці акцентують увагу на необхідності вирішення питання якісної підготовки фахівців з питань комунікації.

Метою статті є висвітлення особливостей підготовки спеціалістів з питань комунікації для територіальних громад у контексті розвитку PR-технологій, обґрунтовано необхідність формування у здобувачів вищої освіти відповідних фахових компетентностей.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У сучасному медіапросторі, що характеризується стрімким розвитком інформаційних технологій, глобалізацією та цифровізацією комунікацій, медіапрофесії зазнають суттєвих трансформацій. На думку Л. Башманівської, В. Башманівського та Л. Шевцової, сьогодні зростають вимоги суспільства до професії працівників мас-медіа, зокрема

до підготовки спеціалістів у галузі журналістики [1]. Автори вважають, що нинішнє суспільство потребує компетентної особистості, яка бере активну участь у житті соціуму, швидко приймає рішення, самовдосконалюється й розвивається протягом усього життя. Від уміння орієнтуватися в сучасному інформаційному середовищі, швидко здобувати, використовувати й передавати інформацію залежить якісна професійна діяльність медійних працівників [1].

Одним із ключових аспектів, що впливає на зміну професійної парадигми журналістики, є впровадження й використання PR-технологій. За К. Смірною, PR-технології – це сукупність методів, прийомів, засобів, процедур реалізації функцій системи, що спрямовані на підвищення ефективності процесу й досягнення бажаного результату, а також на оптимальне й ефективне виконання цілей і завдань організації в певний час і в конкретному місці [19, с. 90]. PR-технології в сучасному комунікаційному процесі особливо актуальні, адже їх основною метою, на думку П. Петрова, є налагодження ефективної комунікації між суб'єктом та аудиторією, що має вплив на думку й уявлення громадськості й сприяє підвищенню довіри до об'єкта PR [15, с. 101]. Ці технології стають важливим інструментом у процесі формування та створення іміджу, просування соціально значущих ідей, управління репутацією й налагодження комунікації між організацією та її цільовою аудиторією. Вони впливають на громадську думку, будують довіру й створюють позитивне ставлення до бренду, компанії чи особистості. PR-технології сприяють створенню, підтриманню та зміні публічного образу суб'єкта комунікації. До них належать як класичні, так і інноваційні методи: написання пресрелізів, організація пресконференцій, управління кризовими ситуаціями, робота з медіа, організація подій, просування в соціальних мережах, формування особистого бренду та інтегровані комунікаційні кампанії. А. Зленко вважає, що технології паблік рилейшнз використовуються в усіх сферах життя суспільства, є невід'ємним атрибутом сучасних політичних процесів і виборчих кампаній, а етичні та інституційні аспекти PR-діяльності стають предметом постійних дискусій в українському суспільстві та медіа [5, с. 3]. У Професійному стандарті зазначено, що PR-фахівці здійснюють моніторинг інформаційного простору, вивчають та аналізують цільову аудиторію, налагоджують взаємодію із суспільством, формують імідж установи, організації, підприємства, забезпечують комунікацію «органів місцевого самоврядування та його посадових осіб з жителями територіальної громади, взаємодію із суб'єктами у сфері медіа та громадськістю, здійснюють заходи з розвитку інформаційного простору в територіальній гро-

маді» [14]. PR-фахівці повинні надавати достовірну інформацію, а також вибудовувати прозору комунікацію з громадськістю, демонструючи відповідальність і відкритість адміністрації територіальної громади. Зазначені кроки сприяють підвищенню довіри, залученню інвесторів, поліпшенню внутрішньої комунікації та взаємодії з реципієнтами.

PR-технології є невід'ємною частиною стратегічного управління територіальною громадою, оскільки дозволяють формувати позитивний імідж, підтримувати репутацію, будувати міцні зв'язки з громадськістю та ефективно взаємодіяти «із суб'єктами у сфері медіа, проводити їх акредитацію та опрацьовувати їхні запити» [14]. Для виконання цих позицій нарізла необхідність підготовки кваліфікованих кадрів для PR-галузі. На вагомості зазначеного аспекту наголошує А. Киричок, підкреслюючи, що в підготовці фахівців зі зв'язків з громадськістю необхідно дотримуватись єдиних освітніх стандартів, до яких тяжіє весь цивілізований світ [6, с. 48]. Одним із важливіших аспектів підготовки майбутніх спеціалістів із питань комунікацій в контексті PR-технологій є розвиток та вдосконалення їхніх умінь і навичок. Майбутні фахівці повинні не лише розрізняти маніпулятивні прийоми, фейки, інформаційні «вкиди» та інші елементи комунікативного впливу, а й створювати матеріали для спростовування публікацій з недостовірною інформацією. Розуміння специфіки PR-технологій дозволяє медіафахівцям дотримуватись вимог професійної етики, об'єктивності в поданні інформації, усвідомлюючи провідні аспекти роботи над створенням позитивного іміджу об'єднаної територіальної громади, бренду, організації тощо.

Спеціалісти з питань комунікацій виступають активними учасниками суспільних процесів, зокрема в межах інформаційного супроводу соціальних кампаній та формування репутації об'єднаної територіальної громади. Вони організовують і проводять різні заходи, зокрема, пресконференції, брифінги, інтерв'ю, прямі ефіри та зустрічі посадових осіб місцевого самоврядування. Усе це вимагає від них знань і навичок у сфері зв'язків із громадськістю, зокрема, вміння аналізувати цільову аудиторію, формулювати ефективні меседжі, розробляти комунікаційні стратегії, що відповідають цінностям громади, працювати над вирішенням проблемних ситуацій щодо репутаційних ризиків та кризових ситуацій тощо.

У системі місцевого самоврядування об'єднаних територіальних громад ефективний взаємозв'язок із суспільством має будуватися на прозорості, підзвітності та довірі до представників влади. Саме спеціалісти з питань комунікацій налагоджують зв'язки між адміністрацією та громадою, активно впливаючи на формування

позитивного іміджу органу місцевого самоврядування та сприяючи забезпеченню двостороннього обміну інформацією. Медіафахівці розробляють стратегічні плани щодо інформаційної політики громади, координують роботу офіційних сайтів, а також «опрацьовують і поширюють інформаційно-аналітичні матеріали, буклети, огляди, інформаційні збірники, звіти, довідкові видання, опубліковують відео-, аудіо- та фотоматеріали з питань діяльності органу місцевого самоврядування та життя територіальної громади», про що зазначено в Професійному стандарті [14]. Також працюють над підготовкою новинних матеріалів про діяльність органів влади, громадські ініціативи, інформують працівників ОТГ про актуальні події, зміни в структурі тощо. Крім того, спеціалісти із питань комунікацій забезпечують зворотний зв'язок із мешканцями: проводять опитування, аналізують звернення громадян, модерують публічні обговорення, залучають жителів до розробки стратегічних документів. Зазначені дії сприяють зміцненню єдності колективу, підвищенню ефективності управління розвитком територіальної громади; репрезентують політику відкритості та поінформованості громадян, формують довіру до ОТГ, залучають ресурси і забезпечують стабільний розвиток.

Комплекс зазначених завдань стимулює активізацію зусиль педагогів і PR-практиків з професійної підготовки майбутніх спеціалістів з питань комунікацій для територіальних громад. Так, В. Королько наголошує на важливості підготовки PR-фахівця з питань інформаційно-комунікаційних технологій, який володіє всіма методами роботи із ЗМІ [10, с. 13]. Майбутній спеціаліст із питань комунікацій має усвідомлювати свою професійну роль, здатність ефективно працювати в умовах інформаційної конкуренції, ефективно взаємодіяти з аудиторією, розуміти механізми впливу, уміти адаптувати інформацію під конкретні цілі, бути готовим до роботи в умовах високої інформаційної напруги. А тому, на думку В. Шиян, «у PR-освіті відзначається міждисциплінарний, комплексний підхід; обов'язковими є взаємодія і поєднання теорії та практики в педагогічному процесі; залучення самих студентів до організації PR-діяльності» [20, с. 136]. Сучасна журналістська освіта покликана не лише навчити писати тексти, знімати сюжети чи редагувати інформацію, а й підготувати PR-фахівця, здатного орієнтуватися в складному, динамічному, цифровому медіасередовищі. PR-технології стали невід'ємною частиною сучасного інформаційного суспільства, їх використання в процесі підготовки спеціалістів з питань комунікацій – це відповідь на виклики часу. Від того, наскільки якісно буде інтегровано ці знання в навчальний процес, залежить здатність майбутніх фахівців ефективно працю-

вати, залишаючись при цьому етичними, незалежними й професійними. На думку І. Рябець, вагомою складовою розвитку професійної підготовки майбутніх фахівців із зв'язків з громадськістю у вищій школі України є «наближення нормативно-правової системи української PR-освіти до Європейського освітнього простору, упровадження інноваційної форми освіти – навчання-сендвіч (Sandwich); використання технології навчання – онлайн тощо» [15, с. 46].

Формування практичних навичок у студентів-медійників відбувається в процесі вивчення освітньої компоненти «Реклама та PR у комунікаційному просторі». Це здійснюється, за В. Башманівським і З. Партиком, шляхом залучення здобувачів вищої освіти до розробки реальних проєктів на практичних заняттях під час вивчення тем: «Специфіка створення PR-матеріалів», «Реклама та PR у друкованих та Інтернет-медіа. Специфіка підготовки та поширення матеріалів», «Реклама та PR на радіо та телебаченні» [17]. Виконання практичних завдань сприяє розумінню особливостей створення та реалізації інформаційних кампаній, розробці стратегій для розвитку організацій, написанню та поширенню інформаційних матеріалів, веденню сторінок у соціальних мережах тощо. Запропоновані формати роботи дозволяють майбутнім фахівцям не лише засвоїти базові принципи PR-технологій, але й під час виступу та захисту свого проєкту перед студентською аудиторією зрозуміти тонкощі сфери публічних комунікацій, відчувати відповідальність за якість підготовлених інформаційних матеріалів, побачити, як працюють PR-інструменти в реальних умовах, і з'ясувати рівень власного професійного становлення.

В аудиторії студенти мають змогу створити уявну виробничу ситуацію, організувати пресконференцію, спробувати сформувати імідж публічної особи або розробити та апробувати комунікаційний план для запуску нового інформаційного продукту. Зазначені підходи розвивають у здобувачів вищої освіти необхідні для професійної діяльності навички стратегічного мислення, креативності, командної роботи та аналітики, знання й практичні вміння з виготовлення базового спектру PR-продукції, сприяють формуванню відповідних фахових компетентностей, зокрема, здатності використовувати знання із соціальних комунікацій у своїй майбутній професійній діяльності, створювати медіапродукт, організовувати роботу PR-відділів та інші [17].

Вирішення зазначених вище аспектів продиктоване специфікою сучасного ринку праці, що вимагає від фахівців із комунікацій не лише знань теоретичних основ журналістики, а й формування фахових компетентностей і відповідних програмних результатів, зокрема, «уміти реалізовувати PR-кампанії в сучасному інформаційному просторі; розуміти особливості функціонування PR у сучасному комунікаційному просторі, використовувати їх новітні досягнення у власній професійній діяльності» [17]. У зв'язку з цим, підготовка спеціалістів з питань комунікації для територіальних громад у контексті розвитку PR-технологій набуває особливої актуальності. Важливо засвоїти здобувачам вищої освіти не лише базові поняття PR як освітньої компоненти, а й широкий спектр засобів впливу на цільову аудиторію. Тому навчання студентів, які планують працювати у сфері зв'язків із громадськістю, повинно охоплювати всі аспекти в теоретичному та практичному форматах.

Висновки. Отже, PR-технології стали невід'ємною складовою сучасного комунікаційного простору, а тому їх вивчення є необхідною умовою якісної підготовки здобувачів вищої освіти журналістського фаху. PR-складова в журналістській освіті сприяє вдосконаленню професійних компетентностей та програмних результатів, зокрема, здатності застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у професійній діяльності, створювати медіапродукт, ефективно організовувати роботу PR-відділів тощо. Вдале поєднання теоретичних та практичних аспектів навчання, цифровізація освітнього процесу, інтеграція реального досвіду, оновлення змісту програм сприяють підготовці професіоналів, здатних ефективно діяти в інформаційному просторі, мислити стратегічно та відповідати на виклики сучасного глобалізованого світу. Урахування актуальних PR-технологій у процесі підготовки майбутніх медіафахівців є реакцією на виклики інформаційного суспільства та важливим чинником формування конкурентоспроможного, відповідального фахівця у сфері масових комунікацій. Перспективи досліджень у сфері підготовки спеціалістів з комунікацій для територіальних громад можуть стосуватися вивчення міжнародного досвіду підготовки медіафахівців, зокрема порівняльного аналізу освітніх підходів з метою впровадження кращих практик у національний контекст.

Література:

1. Башманівська Л. А., Башманівський В. І., Шевцова Л. С. Формування інформаційно-комунікаційної компетентності як компонент підготовки майбутніх журналістів. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2020. Т. 76. № 2. С. 30–42. URL: <https://journal.iitta.gov.ua/index.php/itlt/article/view/2539> (дата звернення: 18.04.2025).

2. Березенко В. Використання PR-інструментарію у сфері політичної комунікації. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2014. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2014_1-2_35 (дата звернення: 18.04.2025).
3. Березенко В. Проблеми вдосконалення професійної підготовки фахівців з зв'язків з громадськістю в Україні. *Інформаційне суспільство*. 2013. Вип. 17. С. 31–35.
4. Зеліч В. Використання PR-технологій як інструменту маркетингових комунікацій у просуванні компанії. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2022. № 1 (124). С. 77–82. URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2022/1_2022/15.pdf (дата звернення: 21.04.2025).
5. Зленко А. Сучасні PR-технології: навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисципліни / Уклад. А. М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с.
6. Киричок А. Освіта у сфері зв'язків з громадськістю: міжнародний досвід та українські реалії. *Вісник Книжкової палати*. 2015. № 12 (233). С. 45–48.
7. Киричок А. Теорія та практика створення сучасної моделі освіти у галузі PR: монографія. Київ: «Політехніка», 2017. 236 с.
8. Киричок А., Мельниченко А. До питання вдосконалення вітчизняної системи підготовки фахівців у сфері зв'язків з громадськістю. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2014. № 4. С. 142–146.
9. Коржова Т. Професійна підготовка фахівців зі зв'язків з громадськістю у закладах вищої освіти України: автореф. дис. ... канд. наук із соціал. комунікацій. URL: http://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/2019/05/korzhova_diser.pdf (дата звернення: 18.04.2025).
10. Королько В. Світовий досвід та українські «новації» в підготовці фахівців зі зв'язків з громадськістю. Актуальні питання реформування комунікацій органів влади України з громадськістю: доповіді міжнародної конференції / ред. В. Г. Королько. Current issues of reforming communications between the government and the public in Ukraine: report of the international conference / ed. by V. H. Korolko. Київ, 2016. Р. 10–18.
11. Курбан О. Специфіка та особливості підготовки PR фахівців для сучасного профільного ринку. Педагогічний процес: теорія і практика. Київ, 2014. Вип. 4. С. 32–35. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/prtp_2014_4_9 (дата звернення: 18.04.2025).
12. Курбан О. Інформаційні кампанії у соціальних онлайн-мережах: типологія та класифікація. *Поліграфія і видавнича справа*. 2017. № 1. С. 172–182.
13. Нуржинська А. Професійна підготовка майбутніх фахівців зі зв'язків з громадськістю в умовах дистанційної форми навчання: автореф. дис. ... канд. пед. наук. URL: <http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/25232/> (дата звернення: 20.04.2025).
14. Професійний стандарт «Спеціаліст місцевого самоврядування з питань комунікацій». Затверджено Розробником Національним агентством України з питань державної служби (наказ від 12.09.2023 р. № 145–23). URL: <https://nads.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennia-profesiinoho-standartu-spetsialist-mistsevoho-samovriaduvannia-z-pytan-komunikatsii> (дата звернення: 05.03.2025).
15. Петров П. Технології політичних комунікацій в міжнародних відносинах України. *Суспільні комунікації та мовні універсалії*. 2023. № 3 (17). С. 98–108.
16. Рябець І. Тенденції становлення та розвитку професійної підготовки майбутніх фахівців із зв'язків з громадськістю в Україні. *Polish journal of science*. 2020. № 31. С. 42–46.
17. Робоча програма вивчення освітньої компоненти «Реклама та PR у комунікаційному просторі» для підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Укладачі В. Башманівський, З. Партико. 2024. URL: <https://eportfolio.zu.edu.ua/media/WorkProgram/341/qtiyubcs.pdf> (дата звернення: 27.03.2025).
18. Синиця С., Данилишин В. Особливості PR в сфері державного управління. *Ефективна економіка*. 2021. № 8. С. 1–5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2021/94.pdf (дата звернення: 22.04.2025).
19. Смірнова К. PR менеджмент: конспект лекцій. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 192 с.
20. Шиян В. Особливості та сучасні тенденції підготовки фахівців з реклами і зв'язків з громадськістю. Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі: міжконтинентальний діалог інтелектуалів: матеріали Міжнарод. наук.-практ. конф. 2014. 13 лист. С. 131–137.

УДК 82-96:82(091)

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.2.3>**Леся БІЛОВУС**

доктор історичних наук, кандидат філологічних наук,

Західноукраїнський національний університет,

lesya.kfn@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4882-4511

Світлана ІВАНОВА

старший викладач,

Західноукраїнський національний університет,

svivan84@ukr.net

ORCID: 0000-0003-4803-3226

МІЖ МІФОМ ТА ІСТОРІЄЮ: ЕВОЛЮЦІЯ КОЗАЦЬКОГО НАРАТИВУ ВІД ЛІТЕРАТУРИ ХІХ СТОЛІТТЯ ДО СУЧАСНИХ «ВОЄН ПАМ'ЯТІ»

Статтю присвячено комплексному діахронічному аналізу еволюції козацького міфу як ключового наративу української культури. Мета роботи – дослідити козацький міф як динамічний текстувальний феномен, проаналізувавши ключові літературні моделі його конструювання, деконструкції та апропріації в українській словесності ХІХ століття та верифікувати вплив цих моделей на сучасні культурні й політичні наративи. У статті розглядається шлях козацького наративу від його романтичного становлення до використання в сучасних «війнах пам'яті».

Методологія дослідження має міждисциплінарний характер, поєднуючи інструментарій філологічного аналізу, історії та студій пам'яті. Теоретичною основою слугують концепції «винайдених традицій» Еріка Гобсбаума, що пояснюють механізми конструювання міфу в ХІХ ст.; теорія міфу як «вторинної семіологічної системи» Ролана Барта, яка дозволяє проаналізувати перетворення історичної постаті на позачасовий символ; концепція «місць пам'яті» П'єра Нора, що осмислює козацтво як центральний вузол української національної пам'яті; а також праці Сергія Єкельчика, що аналізують боротьбу за історичні наративи в сучасній Україні та їхній вплив на національну ідентичність. Аналіз текстів здійснюється з використанням історико-літературного, порівняльно-типологічного та постколоніального підходів.

Наукова новизна роботи полягає у тому, що вперше запропоновано комплексний аналіз еволюції саме функцій козацького міфу, на відміну від традиційних досліджень, сфокусованих на його змісті чи історичній достовірності. Встановлено прямий зв'язок між літературними моделями ХІХ століття (романтичною, імперською, національно-критичною) та їхньою сучасною реценцією в політичному дискурсі. Введено в український науковий обіг релевантні західні теоретичні праці для аналізу козацького наративу як текстувального та культурного феномену.

Дослідження продемонструвало, що козацький міф є невід'ємною, але й суперечливою частиною української ідентичності, що пройшов три ключові етапи: романтичне конструювання, ідеологічні «битви» ХІХ століття та сучасну політичну інструменталізацію. Проаналізовано дві основні моделі ХІХ ст.: імперську апропріацію («Тарас Бульба» М. Гоголя), що перетворила козацтво на інструмент «руського мира», та критичну національну деконструкцію («Чорна рада» П. Куліша), спрямовану на болісний самоаналіз. Зроблено висновок, що сучасне використання козацького міфу в умовах війни актуалізує фундаментальну напругу між його прагматичною, мобілізаційною функцією (позиція В. В'ятровича) та необхідністю академічної, критичної рефлексії (позиція Н. Яковенко). Здатність суспільства знайти баланс між натхненним міфом та відповідальною історією є ключовим випробуванням для його зрілості.

Ключові слова: козацький міф, українська література ХІХ століття, політика пам'яті, конструювання наративу, війни пам'яті.

Lesia Bilovus, Svitlana Ivanova. BETWEEN MYTH AND HISTORY: THE EVOLUTION OF THE COSSACK NARRATIVE FROM 19TH-CENTURY LITERATURE TO CONTEMPORARY MEMORY WARS

The article presents a comprehensive diachronic analysis of the evolution of the Cossack myth as a key narrative of Ukrainian culture. The aim of the study is to explore the Cossack myth as a dynamic textual phenomenon by analyzing the main literary models of its construction, deconstruction, and appropriation in 19th-century Ukrainian literature, as well as verifying the impact of these models on contemporary cultural and political narratives. The article traces the trajectory of the Cossack narrative from its Romantic formation to its use in today's «memory wars».

The research methodology is interdisciplinary, combining tools from philological analysis, history, and memory studies. The theoretical framework is grounded in Eric Hobsbawm's concept of 'invented traditions,' which explains the mechanisms of myth construction in the 19th century; Roland Barthes' theory of myth as a 'secondary

semiological system, 'which enables the analysis of the transformation of historical figures into timeless symbols; Pierre Nora's concept of 'lieux de mémoire,' which interprets the Cossack legacy as a central node of Ukrainian national memory; as well as the works of Serhii Yekelchuk, which examine the struggle over historical narratives in contemporary Ukraine and their impact on national identity. The analysis is conducted using historical-literary, comparative-typological, and postcolonial approaches.

The scholarly novelty of the article lies in offering, for the first time, a comprehensive analysis of the evolution of the functions of the Cossack myth, in contrast to traditional studies focused on its content or historical accuracy. The article establishes a direct connection between the literary models of the 19th century (Romantic, imperial, and national-critical) and their modern reception in political discourse. Relevant Western theoretical works are introduced into Ukrainian academic circulation for analyzing the Cossack narrative as both a textual and cultural phenomenon.

The study demonstrates that the Cossack myth is an integral yet contested component of Ukrainian identity, which has undergone three key stages: Romantic construction, ideological «battles» of the 19th century, and contemporary political instrumentalization. Two major 19th-century models are examined: the imperial appropriation («Taras Bulba» by Mykola Gogol), which transformed the Cossack image into a tool of the «Russian world», and the critical national deconstruction («The Black Council» by Panteleimon Kulish), aimed at painful self-reflection. The conclusion emphasizes that the modern use of the Cossack myth in wartime highlights a fundamental tension between its pragmatic, mobilizing function (as represented by Volodymyr Viatrovych) and the need for academic, critical reflection (as advocated by Natalia Yakovenko). The ability of society to find a balance between an inspiring myth and a responsible history is a key test of its maturity.

Key words: Cossack myth, 19th-century Ukrainian literature, politics of memory, narrative construction, memory wars.

Постановка проблеми. Резонанс образу козака в сучасній українській культурі – від вірусних фото бійців ЗСУ до державної символіки – свідчить про надзвичайну живучість національного міфу, сконструйованого значною мірою саме літературою. Його перетворення з історичного феномену на універсальний символ опору актуалізує фундаментальну для філології проблему: як текст (літературний, історіографічний) генерує, трансформує та інструменталізує міфологічні наративи, що стають основою національної ідентичності. Козацький міф, пройшовши шлях від реальних суспільно-політичних формацій через літературну романтизацію XIX століття та ідеологічні «битви» за його інтерпретацію, сьогодні переживає нове народження. Він одночасно є потужним інструментом державної мобілізації, полем для гострих інтелектуальних дискусій і чинником консолідації суспільства в умовах війни. У ряді досліджень, зокрема, зарубіжних, присвячених так званому «козацькому міфові», синтезовано сучасні погляди стосовно впливу козацьких сюжетів на українську суспільно-політичну свідомість. Показово, що саме визначення «козацького міфу» дослідниками не є чітко окресленим, проте, під ним мається на увазі уявлення про славетне козацьке минуле та козацтво як втілення найкращих волелюбних рис українців.

Наукова проблема полягає в необхідності комплексного, діахронічного аналізу еволюції саме літературних моделей конструювання козацького міфу та їх подальшої рецепції в культурі. Якщо історіографія фокусується на відповідності міфу історичним реаліям, то філологія має дослідити його як *текстуальний феномен*: вивчити його поетику,

риторичні стратегії, наративні структури та механізми впливу на читача. Залишається недостатньо дослідженим, як саме літературні коди, закладені в XIX столітті (героїчний епос, романтична балада, історичний роман-хроніка), визначають сучасні способи «читання» та використання цього міфу. Практичне значення такого дослідження полягає у сприянні глибшому розумінню ролі літератури у творенні національної ідентичності та формуванні критичного погляду на процеси міфотворчості, що є засадничим для культурної зрілості нації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження козацької тематики має багату традицію. В українській історіографії фундаментальними є, зокрема, праці Наталі Яковенко, яка представляє критичну школу деконструкції національних міфів [8; 25; 32; 33; 40; 54; 55], та Сергія Плохія, який аналізує козацький міф у контексті творення «брами Європи» [37; 38]. Їм опонує підхід, пов'язаний з іменем Володимира В'ятровича, який обстоює прагматичну, мобілізаційну функцію історичних наративів у протистоянні зовнішній агресії [9; 11–13; 15; 24]. У літературознавстві ключовими є праці Віри Агеевої, яка розглядає творчість М. Гоголя і П. Куліша крізь постколоніальну оптику [1; 10].

Водночас, для глибшого аналізу необхідний і західний теоретичний інструментарій. Концепція «винайдених традицій» Еріка Гобсбаума [57] дозволяє зрозуміти процес романтичного конструювання міфу в XIX ст. Теорії Ролана Барта про міф як «вторинну семіологічну систему» [56] пояснюють, як історична постать перетворюється на позачасовий символ. Нарешті, концепція «місць пам'яті» (lieux de mémoire) П'єра Нора [58] допома-

гає осмислити козацтво як центральне «місце пам'яті» української культури, навколо якого точаться сучасні «війни пам'яті».

Незважаючи на значну кількість праць, присвячених козацтву, більшість із них є вузькоспеціалізованими (історичними або літературознавчими). Відсутній комплексний міждисциплінарний аналіз, який би простежив еволюцію функцій козацького міфу на різних історичних етапах. Недостатньо досліджено, як саме літературні моделі XIX століття (романтична, імперська, національно-критична) стали фундаментом для сучасних політичних наративів. Ця стаття покликана заповнити цю лакуну, розглядаючи козацький міф не як статичний об'єкт, а як динамічну систему, що трансформується залежно від культурних та політичних запитів епохи.

Мета статті – дослідити козацький міф як динамічний текстуальний феномен, проаналізувавши ключові літературні моделі його конструювання, деконструкції та апропріації в українській словесності XIX століття та верифікувавши вплив цих моделей на сучасні культурні й політичні наративи.

Виклад основного матеріалу. Постать козака, що сьогодні є одним із ключових символів української ідентичності, пройшла тривалий шлях від історичної реальності до сконструйованої легенди. Ця трансформація була зумовлена низкою суспільно-політичних і культурних процесів, що перетворили неоднозначного мешканця степового прикордоння на ідеалізований образ національного героя. Аналіз цього шляху дозволяє зрозуміти, як саме формувався та закріплювався козацький міф, що став фундаментом для подальших історичних наративів.

Дослідники, зокрема Наталя Яковенко, зазначають, що первісно, у XV–XVI століттях, термін «козацтво» фіксував не стільки соціальний статус, скільки спосіб життя та рід занять [55]. Це були вільні люди, що населяли безлюдні окраїни на межі землеробської та кочової цивілізацій [38; 43]. Їхніми основними заняттями були степові промисли – «уходи», а також принагідний розбій та військове найманство [46; 55]. Цей реальний, прагматичний і часто жорстокий образ далекий від пізнішого ідеалу безкорисливого захисника віри та вітчизни.

Процес ідеалізації та конструювання міфу розпочався ще в козацькому середовищі. У так званих козацьких літописах (твори Самовидця, Григорія Грабянки, Самійла Величка) [4; 26; 49] їхні автори, представники старшини, прагнули довести легітимність козацької влади, вписати її у величний історичний

контекст та підкреслити роль козацтва як захисника православної віри [3; 6].

Апогеєм цієї історіографічної традиції стала *«Історія Русів»* – анонімний твір кінця XVIII – початку XIX століття, що мав колосальний вплив на формування української національної свідомості [17; 22]. Цей твір, будучи радше політичним трактатом, ніж науковою працею, став тим текстом, де історія остаточно перетворилася на міф. Автор *«Історії Русів»* представив історію України як безперервну боротьбу за свободу проти іноземного поневолення, артикуючи ідею спадкоємності української державності від Київської Русі до Гетьманщини [7; 23]. Козацтво тут виступає головним провідником та носієм народних прагнень. Саме на сторінках цього твору остаточно формується образ козацтва як шляхетного лицарства, що боронить не лише власні права, але й усю націю [42]. Риторика *«Історії Русів»* сповнена патетики та гіпербол, що є характерною ознакою міфотворчого тексту. Наприклад, описуючи козаків, автор вдається до таких характеристик: *«Народ той, званий козаки... є порода слов'янська, говорить мовою слов'янською у власному її діалекті... ісповідує релігію грецьку... Вони суть воїни хоробрі і вправні, або, краще сказати, народжені воїнами»* [22].

Тут застосовано ключові риторичні стратегії: підкреслення автохтонності («порода слов'янська»), релігійної окремішності та вродженої військової доблесті. Це класичний приклад процесу, який Ерік Гобсбаум назвав «винайденням традиції» [57], коли минуле реконструюється задля легітимації сучасних політичних прагнень. *«Історія Русів»* стала тим підґрунтям, яке зробило козацьку тему центральною для наступної епохи.

Остаточне закріплення козацького міфу відбулося в добу романтизму в XIX столітті. На тлі бездержавності та політики асиміляції, українські та частково польські інтелектуали («українська школа» в польському романтизмі [6]) звернулися до героїчного минулого як до джерела натхнення та національної консолідації [41; 45]. Загальноєвропейський культ «шляхетного дикуна» та героїчної минувшини ідеально наклався на матеріал, підготовлений *«Історією Русів»* [45]. Образ вільнолюбного, відважного козака став центральним для романтичної літератури та фольклору [5]. Письменники, зокрема Тарас Шевченко, перетворили ідеалізоване козацтво на могутній національний міф, зробивши його запорукою майбутнього відродження. У поемі *«Іван Підкова»* він створює монументальний образ: *«Було колись – в Україні // Ревіли гармати; //*

Було колись – запорожці // Вміли панувати. // Панували, добували // І славу, і волю...» [52].

Таким чином, пройшовши через фільтри старшинської історіографії та романтичної ідеалізації, реальна постать степового воїна перетворилася на безсмертний символ боротьби за свободу. За словами Ролана Барта, історичний знак (козак як соціальний тип) був спорожнений від свого первісного значення і наповнений новим – міфічним (козак як вічний символ волі) [56], назавжди закарбувавшись у національній пам'яті.

Якщо ХІХ століття наділило козацький міф потужною романтичною енергією, то воно ж перетворило літературу на поле бою за його інтерпретацію. Ця боротьба найяскравіше проявилася у творчому протистоянні двох ключових текстів: «Тараса Бульби» Миколи Гоголя [16] та «Чорної ради» Пантелеймона Куліша [30]. Ці твори стали не просто літературними пам'ятками, а двома різними, діаметрально протилежними моделями конструювання національної історії. Микола Гоголь здійснює *культурну апропріацію* української героїки, вписуючи її в імперський наратив, тоді як П. Куліш вдається до *критичної деконструкції* міфу, намагаючись повернути його на національний ґрунт заради самоусвідомлення нації.

Повість Миколи Гоголя «Тарас Бульба», особливо в її другій, значно ідеологізованій редакції 1842 року, є класичним прикладом культурної апропріації, де локальний національний міф перетворюється на інструмент великої імперської ідеології [31]. Використовуючи екзотичний для російського читача український матеріал, М. Гоголь створює могутній епічний образ козацтва, проте його героїзм, сміливість та самопожертва слугують не ідеї української незалежності, а вищим, наднаціональним (фактично – імперським) цінностям: православній вірі та «руської землі».

Як зазначає низка авторитетних українських дослідників, зокрема Віра Агеєва [1; 10], Оксана Забужко [19] та Юрій Барабаш [2], М. Гоголь свідомо вписав козацький наратив у простір «руського мира». Критики вказують, що ключові монологи твору були відредатовані автором задля посилення імперського пафосу. Так, у знаменитій промові про товариство акцент зміщується на «руську душу» та «Русскую землю», а фінальні слова Тараса, що в першій редакції були звернені до козацького товариства, у другій перетворюються на пророцтво про велич «руського царя». Ці текстологічні зміни, детально проаналізовані українськими гоголезнавцями, дозволяють

стверджувати, що повість стала ефективним інструментом колонізації історичної пам'яті, де козацтво постає лише регіональним проявом загальноросійської військової доблесті [1; 10; 34; 50].

Проблематичність ідеологічно зарядженого гоголівського тексту яскраво ілюструє історія його рецепції в Україні [48; 51]. В українській перекладацькій традиції постійно спостерігалися спроби його «нейтралізації» або «націоналізації». Так, у багатьох перекладах, зокрема й у популярних онлайн-версіях [16], ключові маркери «русская душа» та «Русская земля» замінені на «козацька душа» та «наша земля», а фінальний монолог Тараса про царя часто скорочується або взагалі вилучається. Цей феномен «*перекладацького опору*» є промовистим свідченням того, як українська культура намагалася «відвоювати» М. Гоголя та очистити козацький міф від імперських напашарувань. Водночас це лише підкреслює, наскільки потужним інструментом імперського впливу був оригінальний текст другої редакції повісті [14; 29], що й робить його центральним об'єктом для нашого аналізу.

На противагу гоголівській героїчній епопеї, роман Пантелеймона Куліша «Чорна рада» (1857) став першою спробою критичної ревізії козацького міфу. П. Куліш, який спершу захоплювався М. Гоголем, згодом усвідомив небезпеку такої некритичної романтизації [44] і поставив за мету створити перший український історичний роман-хроніку, заснований на документальних джерелах, зокрема «Літописі Самовидця» [20]. Його головний фокус свідомо зміщено з боротьби проти зовнішнього ворога на глибокий внутрішній розкол українського суспільства в добу Руїни, що дозволило автору деконструювати романтичний образ монолітного козацтва.

У романі Куліш моделює фатальний конфлікт між кількома політичними силами. З одного боку, це державницька старшина, уособлена в образах гетьмана Яким Сомка та полковника Шрама. Їхня мета – об'єднати Україну під міцною владою, встановити порядок та інтегрувати її у європейський політичний контекст. Ідеали Сомка – це освіта, закон і «одностайна Україна»: *«Зложити докупи обидва береги Дніпрові, щоб обидва... приклонились під одну булаву! Виженем недоляшка з України, одженем ляхів до самої Случі – і буде велика та одностайна Україна»* [30]. Цій державницькій ідеї протистоїть низова анархія – «чернь», яка не визнає жодної влади, окрім власної волі, і прагне лише зрівнялівки та грабунку. Її настрої майстерно використовує популіст Іван Бруховецький, чий прості

й привабливі гасла стають руйнівною силою: «Усі будемо рівні!.. Усі будемо пани!» [30]. Третьою силою виступають запорожці, які втілюють стихійну, індивідуалістичну волю. Образ Кирила Тура, хоч і сповнений хоробрості та лицарства, водночас демонструє їхню нездатність до конструктивної державної праці. Його кредо – вірність побратимству, а не державній ідеї, навіть якщо це веде до катастрофи: «*Лучче мені провалитись на місці, ніж свого брата зрадити!*» [30] – каже він, рятуючи Брюховецького, майбутнього руйнівника України.

П. Куліш майстерно показує, як сліпа віра в демагогію, зневага до освіти та державницької мудрості призводять до національної трагедії – «чорної ради» 1663 року, що символізує втрату державності [39; 47]. Таким чином, «Чорна рада» стала закликом до національного самоаналізу. На противагу М. Гоголю, який «привласнив» міф для імперії, П. Куліш спробував повернути його на національний ґрунт, але вже не як об'єкт для сліпого поклоніння, а як складний і трагічний урок історії. Він поставив перед українським суспільством болісні питання про ціну популізму, внутрішнього розбрату та відповідальність за власну долю, що залишаються актуальними і сьогодні.

У ХХІ столітті козацький міф остаточно перемістився з площини суто історичних та літературних дискусій у сферу сучасної політики пам'яті та національної безпеки. Він став одночасно об'єктом наукової деконструкції, інструментом державної мобілізації та живим символом опору в умовах російсько-української війни. Цей процес є частиною ширшого феномену «воєн пам'яті», що стали характерною рисою пострадянського простору, де минуле активно використовується для легітимації сучасних політичних проєктів [59], і який провідні західні історики, зокрема Сергій Єскельчик, аналізують як боротьбу за історичні наративи, що визначають національну ідентичність та геополітичні орієнтири [60]. С. Єскельчик наголошує, що конфлікт в Україні значною мірою є конфліктом інтерпретацій минулого, де академічна критика стикається з потребою формування консолідуючого національного міфу [60]. Сучасні українські дебати навколо козацького міфу яскраво уособлюють дві ключові позиції, пов'язані з іменами істориків Наталі Яковенко та історика і громадського діяча Володимира В'ятровича.

Наукова позиція Наталі Яковенко полягає у послідовному заклику до «холодного погляду» на історію та деконструкції національних міфів, зокрема козацького. Вона

наголошує на необхідності чітко розмежовувати професійну історіографію, завданням якої є критичний аналіз, та національний наратив, що виконує виховну функцію [33; 40]. Н. Яковенко критикує «козакоцентричний» погляд на українську історію, який, на її думку, спрощує складну соціальну структуру минулого [25; 54] та затінює такі реалії, як грабіжницькі походи чи соціальна анархія [25]. Завдання професійного історика, на думку дослідниці, – не обслуговувати державні ідеологеми, а, навпаки, руйнувати стереотипи і показувати минуле в усій його неоднозначності [8].

На противагу цьому, позиція Володимира В'ятровича є прагматичною і відповідає на виклики сучасної війни. Як колишній очільник Українського інституту національної пам'яті, він обстоює ідею, що в умовах зовнішньої агресії історія та політика пам'яті стають елементом національної безпеки та зброєю в інформаційному протистоянні [9; 24]. У цьому контексті героїчний козацький міф є безцінним символічним капіталом. Він слугує мобілізації суспільства, зміцненню національної ідентичності та забезпечує історичну тяглість української боротьби за незалежність [11]. Якщо для Яковенко міф є предметом для препарування, то для В'ятровича – це дієвий інструмент, необхідний для виживання нації [12–13].

Практичним втіленням цієї мобілізаційної функції міфу стала його масова реінкарнація в Збройних Силах України після 2014 року. Цей процес є свідомою державною політикою, спрямованою на відновлення історичної тяглості українського війська. Десятки бригад отримали почесні найменування на честь постатей та формацій козацької доби (гетьмана Івана Виговського [21], гетьмана Богдана Хмельницького) та часів УНР, яка активно використовувала козацьку спадщину (Чорних Запорозжців [35; 53]). Козацькі клейноди, як-от булава, та «козацький хрест» стали офіційними елементами військової символіки [18; 27–28]. Остання транслює назовні та всередину армії і суспільства прості й потужні коди: свобода, мужність, опір, військова доблесть та спадковість боротьби. Таким чином, у сучасній Україні, що воює за своє існування, козацький міф, сконструйований колись літературою, остаточно перетворився на живий символ незламності.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Шлях козацького міфу від реальної постаті степового прикордоння до центрального символу на шевронах сучасного українського воїна є дзеркалом самої україн-

ської історії – складної, трагічної та героїчної. Проведене дослідження продемонструвало, що козацький наратив є динамічним текстовим феноменом, функція якого трансформувалася залежно від історичного та політичного контексту. Зародившись у козацькому середовищі як інструмент легітимації та загартувавшись у горнілі романтизму як символ національного пробудження, він згодом став полем ідеологічних битв, де його намагалися присвоїти імперські наративи та переосмислити власні критики. Аналіз ключових літературних моделей XIX століття показав, що спадщина козацтва завжди була неоднозначною. «Тарас Бульба» Миколи Гоголя продемонстрував, як потужна енергія міфу може бути спрямована на службу імперському проєкту, колонізуючи пам'ять та підмінюючи національну ідею. Натомість «Чорна рада» Пантелеймона Куліша стала першою болісною, але необхідною спробою деконструкції – закликом побачити за ідеалізованим фасадом внутрішні конфлікти, руйнівну силу анархії та трагедію втраченого державотворення. Сьогодні ця фундаментальна напруга між міфом як джерелом натхнення та історією як предметом критичного аналізу втілюється в дискусії між прагматичним та академічним підходами. В умовах повномасштабної

російської агресії, коли під загрозою опинилося саме існування нації, мобілізаційна функція міфу, яку обстоює політика пам'яті в дусі Володимира В'ятровича, виявилася життєво необхідною. Водночас науковий підхід Наталі Яковенко залишається нагадуванням про інтелектуальну відповідальність та небезпеку спрощених історичних наративів для майбутнього розвитку суспільства. Таким чином, козацький міф є невід'ємною частиною української ідентичності, але водночас і викликом для неї. Його сучасне використання доводить надзвичайну життєздатність, проте справжнім випробуванням для зрілості українського суспільства стане його здатність після перемоги знайти баланс: зберегти міф як джерело національної сили, але водночас розвинути в собі здатність до тверезого, критичного погляду на власне минуле.

Перспективи подальших досліджень порушеної теми є доволі широкими. По-перше, доцільним видається поглиблений аналіз рецепції козацького міфу в літературі модернізму, де він часто набував нових, символістських чи екзистенційних рис. По-друге, окремої уваги заслуговує вивчення трансформації козацького наративу в радянській літературі, де відбувалася його складна ідеологічна адаптація.

Література:

1. Агеева В. За лаштунками імперії. Есеї про українсько-російські культурні відносини. К.: Віхола, 2021. 360 с.
2. Барабаш Ю. «Коли забуду тебе, Єрусалиме...». Гоголь і Шевченко. Порівняльно-типологічні студії. Харків : Акта, 2001. 376 с.
3. Бовгиря А. Ідейний спадок козацьких літописів. *Локальна історія*. 22.06.2021. URL: <https://localhistory.org.ua/videos/bez-bromu/ideinii-spadok-kozatskikh-litopisiv-andrii-bovgiria/>
4. Бовгиря А. Києворуська минувшина в текстах Гетьманщини. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Bovhyria_Andrii/Kyievoruska_mynuvshyna_v_tekstakh_Hetmanschyny.pdf?PHPSESSID=plbdq7h3ru3degaeckdc0ds5e6
5. Бушак С. Вічний козак, або Таємниці українських «Мамаїв». *Локальна історія*. 17.08.2022. URL: <https://localhistory.org.ua/texts/statti/vichnii-kozak-abo-taiemnitsi-ukrayinskikh-mamayiv/>
6. Варнке А. Міфічний (к)рай. «Українська школа» польського романтизму. *Culture.pl*. 30.06.2022. URL: <https://culture.pl/ua/stattia/mifichnyi-krai-ukrainska-shkola-polskoho-romantyzmu>
7. Вербицький Є. Історична топіка «Історії Русів». 2021. URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/123456789/21195/1/Verbytskyi_Bakalavrska_robota.pdf
8. «Виклики сучасного світу і майбутнє історії»: Дискусія за участі Еви Доманської, Володимира Маслійчука, Володимира Склокіна та Наталі Яковенко. URL: <https://www.historians.in.ua/index.php/en/dyskusiya/250-vyklyky-suchasnoho-svitu-i-maibutnie-istorii-dyskusiia-za-uchasti-evy-domanskoj-volodymyra-masliichuka-volodymyra-sklokina-ta-natali-yakovenko-kyiv-knyharnia-ye-5-bereznia-2012-roku>
9. Відбувся круглий стіл «Історія як зброя у зовнішній політиці Росії». URL: <https://www.ukma.edu.ua/index.php/news/1705-vidbuvsia-kruhlyi-stil-istoriia-ia-k-zbroia-u-zovnishnii-politytsi-rosii>
10. Віра Агеева про культурну деколонізацію. *Локальна історія*. URL: <https://localhistory.org.ua/texts/chitanka/vira-ageieva-pro-kulturnu-dekolonizatsiiu-fragment-iz-knizhki-za-lashtunkami-imperiyi/>
11. В'ятрович В. «Від того, як ми зараз вшановуємо й пам'ятаємо героїв цієї війни, залежатиме, коли і як вона закінчиться» : [інтерв'ю]. URL: <https://tyzhden.ua/volodymyr-v-iatrovych-vid-toho-ia-k-my-zaraz-vshanovuiemo-j-pam-iataiemo-heroiv-tsiiei-vijny-zalezhatyme-koly-i-ia-k-vona-zakinchytisia/>
12. В'ятрович В. «На компроміси у питаннях національної пам'яті я йти не буду» : [інтерв'ю]. URL: https://censor.net/ua/resonance/3131920/na_kompromisy_u_pytanniah_natsionalnoyi_pamyati_ya_yity_ne_budu_volodymyr_vyatrovych

13. В'ятрович В. «Політика національної пам'яті на державному рівні – це тимчасові ліки». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2582583-vatrovic-politika-nacionalnoi-pamati-na-derzavnomu-rivni-ce-timcasovi-liki.html>
14. Гавіч О. Стоп Микола Гоголь! : [блог]. URL: <https://zunr.eu/blogs/oleg-havich/3/stop-mykola-hohol>
15. Герич А. Суперсила національної пам'яті. URL: <https://zbruc.eu/node/92624>
16. Гоголь Микола. Тарас Бульба. URL: <https://www.ukrlib.com.ua/world/printit.php?tid=15>
17. Горенко Л. «Історія русів» як джерело культорологічних рецепцій 80-х років XVIII–першої половини XIX століття. *Культура і сучасність*. 2010. № 2. С. 101–107.
18. Дробович А. Чому важливо відстояти символ ЗСУ на військових могилах? *Українська правда*. 03.04.2024. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2024/04/3/7449304/>
19. Забужко О. Notre Dame D'Ukraine: Українка в конфлікті міфологій. Київ : Факт, 2007. 640 с.
20. Івашків Ю. «Чорна рада» Пантелеймона Куліша у системному дослідженні текстолога. *Roczniki Humanistyczne*. 2023. № 7. Р. 287–291.
21. Історія на військовій службі: 11 іменних бригад України. URL: <https://was.media/microformats/imenni-brigadi/>
22. Історія Русів. URL: <https://diasporiana.org.ua/wp-content/uploads/books/1745/file.pdf>
23. «Історія Русів» як літературна пам'ятка. URL: <https://buklib.net/books/35919/>
24. Історія як зброя, політика пам'яті та невдоволені Росія і Польща | Володимир В'ятрович в Історія PRO. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=huhu3dagIJ4>
25. Касьянов Г. Past continuous: історична політика 1980-х–2000-х. Україна та сусіди. К.: Laurus, Антропос-Логос-Фільм, 2018. 420 с.
26. Козацькі літописи XVII-XVIII ст. як історичні джерела. URL: <https://uahistory.co/pidruchniki/shvidko-2016-ukraine-8-class/40.php>
27. Козацька символіка в емблемах ЗСУ. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=E0XsFqXzQ5g>
28. Козацькі символи в сучасних військових емблемах України. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/kozacki-symvol-y-zsu/32246509.html>
29. Кралюк П. Таємний агент Микола Гоголь. Харків : Фоліо, 2021. 188 с.
30. Куліш П. Чорна рада : хроніка 1663 року. Харків : Фоліо, 2011. 128 с.
31. Микола Гоголь як провідник української культури у світ. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/1601084.html>
32. Набок М. М., Зайцева С. С. Національна стійкість в духовному просторі міжкультурного діалогу. *Ensuring Standards of Quality of Life in a Turbulent World*. Monograph /Scientific editors : T. Pokusa, T. Nestorenko. Opole, Poland : The Academy of Applied Sciences – Academy of Management and Administration, 2022. С. 53–63.
33. Наталя Яковенко – про те, як вивчення історії шляхти може змінити самосвідомість українців. URL: <https://rozmova.wordpress.com/2017/04/21/natalya-yakovenko/>
34. Ніколенко О. Художня рецепція образів України та українців у повісті М. Гоголя Тарас Бульба (перша редакція 1835 р.). URL: https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/89250/9791221502381_04.pdf?sequence=1&isAllowed=y
35. Патрони ЗСУ: бригада ім. Чорних Запорозжців на честь полку Армії УНР, який очолював уродженець Полтавщини. URL: <https://irt.pl.ua/news/33854/>
36. Петrenchенко І.С. Історія України доби Гетьманщини: навчально-методичний посібник. Чернігів: Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка, 2022. 112 с.
37. Плохій С. Брама Європи. Історія України від скіфських воєн до незалежності. Харків: Клуб Сімейного Дозвілля, 2016. 496 с.
38. Плохій С. Козацький міф. Історія та націотворення в епоху імперій. Харків: Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2018.
39. Поліщук В. Пантелеймон Куліш у долі й творчості Михайла Старицького. Слово і Час. 2021. Вип. 3 (717). С. 3–21.
40. Полтавець С. «Козацький дискурс» як складова інформаційної війни. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2016. Вип. 43.
41. Польська мода на козаків в XIX в. URL: <https://www.rowne.pl.ua/archives/3653>
42. Поцюрко О. Дискурс національної свободи в «Історії Русів». *Гілея. Філософські науки*. 2014. № 82. С. 285–291.
43. Ткаченко А. Запорізька Січ як феномен державотворення. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/52313/6/Tkachenko_Zaporizka_sich.pdf
44. Ткачук М. П. Художній дискурс роману «Чорна рада» Пантелеймона Куліша. URL: https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2008/fil_2008_1_2/2008-26-06/tkachuk.pdf
45. Трофименко Т. Український романтизм: вічно живий, постійно новий. *Посестри : часопис*. 2022. № 27. URL: <https://posestry.eu/zhurnal/no-27/statya/ukrainskiy-romantizm-vichno-zhiviy-postiyno-noviy>
46. Українське козацтво, як соціально-військовий стан. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/world_history/26560/

47. Федорук О. Роман Куліша «Чорна рада»: історія тексту / Український науковий інститут Гарвардського університету; Інститут літератури ім. Т. Г. Шевченка НАН України; Наукове товариство ім. Шевченка в Америці; Інститут джерелознавства НТШ-А; Інститут Критики. Київ: Критика, 2019. VI, 590 с. URL: https://chtyvo.org.ua/authors/Fedoruk_Oles/Roman_Kulisha_Chorna_rada_Istoriia_tekstu/
48. Чеславський О. Битва за Гоголя, або навіщо Україні «хохлацький» письменник? *Спільно*. 27.02.2020. URL: <https://spilno.org/article/okhota-na-hoholya-abo-navischo-ukraini-khokhlatskyi-pysmennyk>
49. Чумаченко О. А. Відображення українського козацтва в мемуарно-історичній прозі XVIII століття. URL: https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/12345/17252/Literatura_y_istoriya_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=339
50. Шаменков С. Герої повісті «Тарас Бульба» в контексті історичного строю епохи. *Стрий*. 2021. № 3. Р. 49–70. URL: https://striy.org.ua/index.php/striy/article/view/Striy03_Bulba
51. Шаф О. В. «Тарас Бульба» Миколи Гоголя в полоні ідеологічних спекуляцій: з досвіду підготовки майбутніх вчителів-словесників. *Література та культура Полісся*. 2024. Вип. 110. С. 17–27. URL: <http://lib.ndu.edu.ua/dspace/bitstream/123456789/3601/1/%d0%9f%d0%be%d0%bb%d1%96%d1%81%d1%81%d1%8f%20110%2024-17-27.pdf>
52. Шевченко Т. Іван Підкова. URL: <https://www.ukrlib.com.ua/books/printit.php?tid=797>
53. Що означають 10 найяскравіших емблем бригад ЗСУ. URL: <https://drukarnia.com.ua/articles/sho-oznachayut-10-naiyaskravishikh-embblem-brigad-zsu-HVtrd>
54. Яковенко Н. Зрадливий перевертень чи цементуючий фермент нації? (Шкіц до історії української шляхти). URL: <https://www.historians.in.ua/index.php/en/statti/414-nataliia-yakovenko-zradlyvyi-pereverten-chy-tsementuiuchy-i-ferment-natsii-shkits-do-istorii-ukrainskoi-shliakhty>
55. Яковенко Н. М. Нарис історії України з найдавніших часів до кінця XVIII ст. Київ: Генеза, 1997. 380 с. URL: https://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/ua/elib.exe?Z21ID=&I21DBN=UKRLIB&P21DBN=UKRLIB&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=online_book&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=FF=&S21STR=ukr0000062
56. Barthes R. *Mythologies*. Hill and Wang, 1972. URL: <https://soundenvironments.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/11/roland-barthes-mythologies.pdf>
57. Hobsbawm E., & Ranger T. (Eds.). *The Invention of Tradition*. Cambridge University Press, 2012. URL: https://psi424.cankaya.edu.tr/uploads/files/Hobsbawm_and_Ranger_eds_The_Invention_of_Tradition.pdf
58. Nora P. Between Memory and History: Les Lieux de Mémoire. *Representations*. 1989. № 26. Р. 7–24. URL: <https://eclass.uoa.gr/modules/document/file.php/ARCH230/PierreNora.pdf>
59. Portnov A. Memory Wars in Post-Soviet Ukraine (1991–2010). *Memory and Theory in Eastern Europe*, 2013. Р. 233–254) DOI: 10.1057/9781137322067_12
60. Yekelchik S. *The Conflict in Ukraine: What Everyone Needs to Know*. Oxford University Press, 2015. 186 p. URL: <http://dickyriky.com/books/history/The%20Conflict%20in%20Ukraine%20-%20Serhy%20Yekelchik.pdf>

УДК 316.77+659.1

DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.2.4

Євгенія КИЯНИЦЯ

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,
Державний торговельно-економічний університет,
y.kyuanysya@knute.edu.ua

ORCID: 0000-0002-9629-9865

СЕНСОРНІ МОДУСИ У ФОРМУВАННІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ: ПОТЕНЦІАЛ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

У статті досліджено роль сенсорних модусів у формуванні національної ідентичності в умовах культурної турбулентності та інформаційної фрагментації. Особливу увагу приділено аудіальним, візуально-кольоровим та ольфакторним спільним кваліям, що застосовуються у креативних індустріях і брендингу як інструменти символічного впливу, здатні структурувати колективну пам'ять, посилювати емоційну згуртованість і підтримувати патріотичні наративи. Сенсорні модуси розглядаються не лише як елементи естетичного оформлення, а як комунікативні маркери, що сприяють ідентифікації та репрезентації образу «українського» у медійному просторі. Об'єктом дослідження є сенсорна складова медіакомунікації в контексті державотворчих процесів, а предметом – звукові, візуальні та ароматичні модуси як чинники відображення патріотичних афектів у брендингових і комунікаційних стратегіях.

Методологічна база поєднує культурологічний, когнітивно-психологічний і медіааналітичний підходи. У дослідженні використано візуально-семіотичний та інтертекстуальний аналіз медіаконтенту, інтерпретацію результатів онлайн-опитування, а також залучено дані нейропсихологічних досліджень щодо впливу сенсорних стимулів на афективну сферу. Виявлено, що аудіальні, кольорово-візуальні та ольфакторні елементи здатні активізувати символічні коди приналежності, викликати колективні емоції та формувати сталі ідентичнісні орієнтири.

Отримані результати засвідчують формування базових сенсорних уявлень, пов'язаних із національною ідентичністю, що відкриває перспективи для глибшого наукового осмислення емоційних механізмів у державотворчому дискурсі. У поєднанні з міжнародним досвідом сенсорної політики ці висновки можуть слугувати підґрунтям для розробки цілісної національної сенсорної стратегії України.

Ключові слова: мультимодальні маркери, квалія, медіакомунікація, креатив, брендинг, національна ідентичність, державотворення.

Ievgeniia Kyianytsia. SENSORY MODES IN THE FORMATION OF NATIONAL IDENTITY: THE POTENTIAL OF CREATIVE INDUSTRIES

The article examines the role of sensory modes in the formation of national identity amid cultural turbulence and information fragmentation. Particular attention is given to auditory, visual-color, and olfactory qualia employed in creative industries and branding as tools of symbolic influence that can structure collective memory, strengthen emotional cohesion, and support patriotic narratives. Sensory modes are considered not only as elements of aesthetic design but also as communicative markers that facilitate the identification and representation of the 'Ukrainian' image in the media space. The object of the study is the sensory component of media communication within the context of state-building processes, while the subject focuses on sound, visual, and olfactory modes as factors reflecting patriotic affects in branding and communication strategies.

The methodological framework combines cultural, cognitive-psychological, and media-analytical approaches. The study employs visual-semiotic and intertextual analyses of media content, interprets results from an online survey, and incorporates data from neuropsychological research on the impact of sensory stimuli on the affective sphere. It was found that auditory, visual-color, and olfactory elements can activate symbolic codes of belonging, evoke collective emotions, and form stable identity guidelines.

The results indicate the emergence of fundamental sensory associations related to national identity, opening up new prospects for a deeper scientific understanding of emotional mechanisms within state-building discourse. Combined with international experience in sensory policy, these findings may serve as a foundation for developing a coherent and strategically grounded national sensory strategy for Ukraine.

Key words: multimodal markers, qualia, media communication, creativity, branding, national identity, state building.

З огляду на зростання інтенсивності цифрових трансформацій, інформаційних загроз і загального ослаблення довіри до фактів, дослідження сенсорних модусів у медіакомунікації набуває стратегічного значення як у когнітивному, так і в соціокультурному вимірах. Сенсорне сприйняття реальності не

є ізольованим, адже формується через взаємодію аудіальних, візуальних, ольфакторних, тактильних та інших модусів, які разом створюють багаторівневу структуру інтерпретації й переживання. У сучасному медійному просторі такі сенсорні маркери виступають не просто технічними засобами впливу,

а глибинними носіями культурної пам'яті, що здатні активувати емоційне включення, відчуття ідентичності та поведінкові реакції. В умовах соціальної нестабільності сенсорна комунікація, реалізована через мовні, колірні, звукові, ароматичні та естетичні коди, постає як інструмент колективної мобілізації, спрямований на підтримку національної самосвідомості та символічної єдності суспільства. Тож, вивчення сенсорних модусів виходить за межі прикладної комунікації або маркетингу, постаючи як аналітичний інструмент дослідження культурної стійкості в умовах гібридної дійсності. За таких умов саме креативний сектор, що функціонує на перетині культури, економіки та медіа, виступає інституційним середовищем для трансляції сенсорних маркерів у публічному просторі. Через інтеграцію звукових та візуальних кодів, тактильних, смакових і нюхових компонентів у медіа, дизайн, моду, гастрономію або цифрове середовище креативні комунікаційні практики формують емоційно насичені культурні образи, що забезпечують впізнаваність і підтримують ідентифікаційні стратегії.

Сенсорні модуси дедалі частіше осмислюються як семіотичні елементи, що структурують «медіакарту» нації (семіотично організований уявний простір, сформований унаслідок кумулятивного впливу на сприйняття), фіксуючи у свідомості стійкі уявлення про культурну спадщину, мовну специфіку, національну символіку та інші індикатори колективного самовизначення. У межах медіалогічного поля, саме вони виконують функцію засобів ціннісного кодування, інтегруючи як державні інформаційні стратегії, так і креативні медійні практики приватних брендів у процес формування мультисенсорних наративів, здатних актуалізувати колективну пам'ять через кодифіковані емоційно-сенсотвірні сигнали.

Наукові дослідження, зокрема праці Д. Аріелі і Г. Бернса, Л. Бак і Р. Акселя, Е. Беббітта, Г. Брема, Р. Заторре, Ж. Лоулесса, М. Люшера, Ф. Раушера і А. Томатіса, засвідчують важливу роль сенсорних модусів у когнітивному кодуванні патріотичних емоцій, епізодичної пам'яті та колективної ідентичності. У контексті формування сталого національного наративу, здатного консолідувати спільноту в умовах культурної турбулентності та інформаційної фрагментації, особливу увагу слід звернути на дослідження у сфері нейробрендингу, зокрема праці А. Дамасіо, С. МакКлора та їхніх колег, в яких доведено, що мультисенсорні коди активують нейронні механізми емоційної впізнаваності, довіри та ідентифі-

кації, формуючи не лише поверхневий комунікаційний сигнал, а й закорінений зв'язок із символом, брендом чи ідеєю. Тут, саме ідея, як носій ціннісного змісту, втілена через сенсорні модуси, постає як ключовий національно свідомий патерн, здатний структурно консолідувати спільну ідентичність, виконуючи роль емоційного й когнітивного ядра патріотичної мобілізації, що резонує з глибинними рівнями як особистісного досвіду, так і колективного культурного спадку [6; 12].

Значущість ідеологічного виміру сенсорних модусів переконливо засвідчено у дослідженні Н. В. Писаренко, де сенсорна айдентика – як цілісна система колірних, звукових і візуальних кодів – постає не лише інструментом брендингу, а й засобом формування патріотичної свідомості через репрезентацію ЗСУ, що водночас виконує функцію міжнародної символічної підтримки, закріплюючи у глобальному уявленні образ України як держави, що відстоює свободу й незалежність [1, с. 53]

Системний аналіз наукових джерел у галузях сенсорної семіотики, нейробрендингу, психолінгвістики та когнітивної комунікації виявляє брак цілеспрямованих досліджень національно маркованих сенсорних квалій як чинників формування символічної єдності, афективної інтеграції спільноти та укорінення ідентифікаційних смислів у публічному просторі. Відтак, метою даної роботи є виявлення та теоретичне обґрунтування національно релевантних звуків, кольорів та ароматів, що функціонують як носії патріотичного змісту в медіалогії, з особливим акцентом на їхню роль у креативних практиках індустрій, здатних формувати символічний простір колективної ідентичності та сприяти емоційній консолідації українського суспільства.

Досягнення поставленої мети вимагає міждисциплінарного підходу, який інтегрує культурологічний, когнітивно-психологічний та медіааналітичний рівні аналізу для комплексного осмислення сутності та значення сенсорних модусів. Методологічну основу цієї роботи становить вивчення аудіовізуального та графічного контенту (рекламні ролики, соціальні відеоматеріали, брендovanі візуальні елементи), у межах якого здійснено системну ідентифікацію спільних квалій, зокрема характерних музичних фрагментів, кольорових домінант та ароматичних компонентів, як ключових маркерів культурної ідентичності. Для пояснення нейропсихологічних механізмів дії сенсорних тригерів були залучені результати експериментальних досліджень, які висвітлюють вплив музики,

досліджений Ф. Раушером; запахів, вивчених Л. Бак і Р. Акселем; а також кольорів, проаналізованих М. Люшером, на емоційну активацію, процеси запам'ятовування та когнітивну обробку інформації. У культурологічній площині здійснено семантичний аналіз колірних кодів та традиційних ароматів як носіїв колективної пам'яті й національно маркованих сенсів. Також застосовано інтертекстуальний аналіз для виявлення таких символів і наративів, що закодовані у мультисенсорних структурах, які застосовують українські бренди. Для підтвердження теоретичних положень наведено приклади з практики українських компаній, які інтегрують сенсорні модули у свої комунікаційні продукти, сприяючи трансляції патріотичних смислів через естетичні й афективні механізми. Наразі, було проведено первинне опитування у формі Google-анкети, спрямоване на попереднє підтвердження актуальності дослідження, а також на окреслення конкретних елементів національного сенсорного коду, які у форматі мультимодальних (звукових, візуальних, ольфакторних) модулів можуть бути використані як орієнтири для подальшої імплементації в медіапростір з метою посилення національної ідентичності та патріотичної свідомості.

Отже, вивчення механізмів впливу медіа – зокрема сенсорних модулів – на формування колективної ідентичності та патріотичної свідомості є одним із стратегічних завдань як для науковців у сфері медіалогії, соціальних комунікацій, культурології та психології, так і для практиків, що розробляють інформаційну політику, стратегії державного брендингу, медіакампанії та освітні ініціативи, спрямовані на зміцнення національної єдності.

Сенсорні модули не існують у відриві від культурного контексту: кожен із них інтегрується в певні семіотичні системи, набуваючи статусу носія значень і виконуючи функції соціального впізнавання, належності та емоційної координації. У цьому вимірі сенсорне сприйняття постає не лише як фізіологічна реакція на зовнішні сигнали, а як складна культурно-психологічна конструкція, залучена до формування соціального знання, символічних меж та ідентичнісних орієнтирів. Саме через мультимодальну сенсорність, імплементовану в медійну реальність, формується досвід «свого» і «чужого», знайомого чи маргінального, безпечного або травматичного. Серед усього розмаїття сенсорних каналів – включно з тактильними, смаковими й пропріоцептивними шляхами взаємодії зі світом – особливої значущості набувають звукові, візуально-колірні та ольфакторні

модули. Їхня важливість зумовлена комплексом еволюційних, когнітивних і культурних чинників, адже саме ці модули мають високий ступінь афективної насиченості, що дозволяє їм викликати миттєві й глибокі емоційні реакції, зокрема тривогу, ностальгію або почуття захищеності, належності та патріотизму.

У межах сенсорної модальності звук виступає не лише емоційним регулятором і когнітивним стимулятором, а й ключовим конструктором символічної ідентифікації та медіатором патріотичних сенсів. Аудіальна складова – у формі музичних мотивів, ритмів чи аудіосигнатур – формує «звукову культуру» нації, яка впливає на емоційне кодування простору, конструювання почуття належності та соціальних уявлень [9]. У контексті креативного брендингу звукова символіка стає інструментом створення «брендів як культурних агентів», здатних мобілізувати національні емоції та транслювати цінності через афективні практики. Таким чином, стратегічне застосування автентичних мелодій, народних інтонацій і впізнаваних аудіокодів дозволяє брендам виконувати роль не лише комерційних, а й ідеологічних і культурних чинників формування патріотичної свідомості у щоденному медіаконтакті.

В українському контексті творчість гурту «Океан Ельзи» виступає яскравим прикладом аудіального кодування національного дискурсу, де музика стає маркером стійкості, єдності та гідності в періоди соціальних криз. Композиції «Все буде добре», «Обійми», «Без бою» та «Не твоя війна» функціонують як інструменти акустичного впливу, що активують механізми колективної ідентифікації, афективного згуртування та символічного опору – від Помаранчевої революції до повномасштабного вторгнення. Такі музичні сигнатури, інтегруючи текстуальну семантику, мелодичну структуру та вокальну експресію, формують модель емоційного сприйняття, в якій аудіальні маркери стають носіями саме спільного досвіду. Ілюстративним є приклад рекламної кампанії «Нова пошта. 15 років для тебе» (2016), де композиція «Для тебе» виступає не фоновим супроводом, а ключовим носієм емоційної близькості між брендом і аудиторією. Завдяки високій звуковій впізнаваності, глибинному емоційному резонансу та відкритості, аудіальний модуль інтегрує бренд у колективну пам'ять, трансформуючи його із суто функціонального сервісу у символічного агента єдності, турботи та національного контексту. Таким чином, звук у брендовому креативі функціонує як спільна квалія національної ідентичності, що здатна узгоджу-

вати індивідуальні та колективні, підсвідомі й когнітивні рівні сприйняття. Патріотично забарвлена музика є не лише засобом впливу, а й медіатором культури, яка актуалізує глибокі шари історичного розвитку та транслює їх у майбутнє, формуючи сучасний образ української нації як суб'єкта модерності з її цінностями, ідентичністю та спадщиною.

Потенціал сенсорного впливу в креативному брендингу значно зростає завдяки мультисенсорній взаємодії, коли аудіальні елементи поєднуються з візуальними, зокрема кольорними акцентами, що несуть соціокультурні значення. Колір як сенсорний чинник формує не лише когнітивні та емоційні реакції, а й слугує засобом конституції соціальної приналежності і колективної ідентичності. Відтак, інтеграція національних кольорів у візуальні брендові комунікації підвищує емоційне залучення, активує асоціативні зв'язки з патріотизмом, довірою і почуттям спільності, водночас відкриваючи простір і для кольоротерапевтичних стратегій, які посилюють позитивні афекти, підвищують енергетичний тонус і стимулюють конструктивну поведінку [7].

Ілюстративним прикладом цілеспрямованого застосування національної кольорової символіки є кампанія «Uklon обирає українське» (2022), реалізована в умовах війни, де ключові візуальні компоненти – синьо-жовта палітра, стилістика кириличних шрифтів і насичений емоційністю відеоряд – створюють образ бренду як культурного і соціального актора спротиву. Системне впровадження кольорової гами у зовнішню рекламу, мобільні додатки та мерч слугує маркером ідентифікації простору, перетворюючи бренд із суто комерційного об'єкта на символ «свого», «українського» та «сильного». Таким чином, кольорова палітра в сучасному українському креативі виконує цілий спектр функцій: від емоційної регуляції та підвищення креативного потенціалу до активізації національної свідомості та творення патріотичних сенсів. У брендах нового покоління сенсорна мова кольору перетворюється на інструмент культурної мобілізації – непомітний, але ефективний спосіб говорити про свободу, гідність та єдність.

Ще одним сенсорним модусом, що наразі найглибше пов'язаний із підсвідомістю, емоційною пам'яттю та механізмами культурної ідентифікації, є аромати. Саме вони безпосередньо активують лімбічну систему без залучення когнітивних процесів, що дозволяє викликати яскраві автобіографічні спогади і слугувати інструментами емоційної та соціо-

культурної навігації [10]. Відповідно, саме запахи пробуджують відчуття приналежності до певного національного або культурного простору, оскільки активізують спогади, сенсорні архетипи та закодовані асоціації, що формуються в межах спільного історичного та культурного досвіду. Національно марковані аромати – як-от запах хліба, трав, диму чи деревини – виконують роль символів локальної спадщини, сприяючи актуалізації патріотичних афектів і формуванню культурної самототожності [8]. У сенсорному брендингу аромат виступає не лише естетичним елементом, а й квалією – унікальною суб'єктивною якістю відчуття, що поєднує індивідуальну емоцію з колективною пам'яттю.

Одним із прикладів реалізації ольфакторної квалії в українському брендингу є кейс мережі магазинів «Територія мінімальних цін». У співпраці з парфумером Євгеном Лазарчуком та агенцією «OWWO PERFUME» бренд розробив унікальний аромат, покликаний викликати асоціації з родинним затишком і пробуджувати колективну емоційну пам'ять. Метою стало не лише створення впізнаваної аромакомпозиції, а й формування асоціативного ряду, здатного активувати як індивідуальні емоційні архетипи так і національно марковані афекти, що відповідає концептуальним засадам сенсорного брендингу, у якому аромат є ретранслятором цінностей бренду, що також сприятиме зануренню споживача в культурно впізнаваний простір. Розробці аромату передувало дослідження, у якому взяли участь понад 2000 респондентів, які визначили виразні патерни ольфакторних асоціацій: 33% респондентів пов'язували відчуття родинного тепла з запахом бабусиного саду, а 22% – із ароматом свіжої випічки. Враховуючи ці дані, парфумери створили композицію, що включає ноти свіжоскошеної трави, хліба та квітів – аромати, які не лише є культурно впізнаваними, а й занурені в структуру індивідуальної й колективної пам'яті. У результаті аромат сприймається не лише як фоновий елемент, а як індикатор символіки «дому», «родини» та «безпечного простору», що є особливо актуальним в умовах суспільної турбулентності та потреби у відновленні почуття спільності. Таким чином, ольфакторний модус у цьому кейсі функціонує як потужний інструмент символічної інтеграції, що виконує роль маркера національної приналежності, сприяє емоційному закріпленню образу бренду в пам'яті споживача та поглиблює локальну ідентифікацію [13].

Усе вищезазначене засвідчує, що сенсорні модуси, активуючи афективні механізми, вод-

ночас виступають культурними маркерами, які опосередковують формування національної ідентичності в медіамодерному контексті. Через емоційно-когнітивне кодування простору та підсилення патріотичних афектів вони відкривають нові аналітичні горизонти для дослідження комунікативних практик у сфері креативних індустрій і стратегічного брендингу вітчизняних підприємств. Водночас, попри зростаючу кількість прикладних кейсів, у вітчизняному науковому полі відчутною залишається потреба в емпіричних дослідженнях, що дозволили б виявити специфіку сенсорної репрезентації ідентичності саме в українському контексті. З огляду на це, було ініційовано авторське опитування, покликане виявити, які саме сенсорні модуси – музичні, візуально-колірні та ольфакторні – найглибше резонують із уявленнями про національну ідентичність, активують афекти патріотизму та формують образ «українського» як культурно значущого феномену. На початковому етапі було зібрано відповіді 52 респондентів, що дозволило окреслити первинні тенденції для подальшого поглибленого аналізу. Особливий аналітичний фокус було зосереджено на тих спільних кваліях, які вкорінені в колективній пам'яті, відображаються в медіаконтенті та закріплюються у щоденних практиках, як потенційні маркери для подальшого концептуального опрацювання у стратегіч-

ному брендингу й соціокультурній інформаційній політиці (табл. 1).

На поточному етапі опитування охопило 52 респондентів із різних вікових і професійних категорій. Попри те, що вибірка ще не є репрезентативною, зібрані дані вже дозволяють виявити первинні патерни сприйняття сенсорних модусів, пов'язаних із національною ідентичністю. Подальше розширення вибірки та поглиблений аналіз отриманих результатів можуть стати підґрунтям для комплексного міждисциплінарного дослідження, необхідного для формування національної сенсорної стратегії в контексті брендингу, креативних індустрій та інформаційної політики України.

Подібні ініціативи вже реалізуються у Великій Британії, Франції, Японії та Греції, де сенсорний підхід, що охоплює зорові, звукові, ароматичні й тактильні модуси, застосовується в культурній політиці, міському дизайні та туристичному брендингу. Наприклад, у Франції через мережу APUR здійснюється сенситивне планування публічного простору; у Греції мультисенсорні концепти застосовуються у проектах реконструкції міських середовищ; у Великій Британії сенсорна складова активно впроваджується в локальні освітні програми та урбаністичні ініціативи як чинник зміцнення культурної ідентичності [4]. Такі підходи ґрунтуються на уяв-

Таблиця 1
Сенсорні модуси у формуванні національної ідентичності: результати опитування (n=52)

Категорія	Квалія	Частка респондентів (%)	Інтерпретація
Звуки	Народні українські співи	75%	Музика з високим рівнем емоційної резонансності; кодує історичну пам'ять і почуття належності
	Композиції гурту «Океан Ельзи»	75%	
Кольори	Синьо-жовта палітра прапору	75 %	Візуальні домінанти з культурною репрезентативністю; стимулюють образну пам'ять і гордість
	Картини Марії Примаченко	70%	
Аромати	Мальви, чорнобривці	80%	Аромати як глибокі афективні тригери, пов'язані з дому, землею та національним укоріненням
	Дим, запах печі, дрова	75%	
Можливості сприйняття сенсорного впливу	Сенсорні елементи істотно впливають на національну ідентичність	85 %	Більшість опитаних усвідомлює роль сенсорики у формуванні національного самовизначення
В які формати краще вбудовувати сенсорні модуси (формати інтеграції)	Брендинг товарів	100%	Бажаний вектор впровадження сенсорної символіки – поєднання маркетингу та едукативних стратегій
	Освітній контент	75%	

Джерело: складено автором на основі анкетування https://docs.google.com/forms/d/1i8RLrN19htT820hbasHxG_sqKkDhCIUFLKelt-E_c8/edit?hl=uk#responses

ленні про простір як мультимодальну систему відчуттів – так званий *sensescape*, що формує емоційний зв'язок з місцем і спільнотою [3]. В українському контексті потреба в розробці цілісної сенсорної політики є не лише актуальною, а стратегічно важливою – з огляду на завдання символічного відновлення, зміцнення національної ідентичності, підтримки соціальної єдності та розвитку культурного брендингу в умовах посттравматичних трансформацій.

Підсумовуючи вищенаведене, можна констатувати, що взаємодія звукових, візуально-колірних та ольфакторних сенсорних модусів, які містять чітко артикульовані національні квалії, створює складний і багатовимірний пласт сенсорної ідентичності, яка виступає не лише потужним культурним маркером, що забезпечує впізнаваність і соціальну координацію, а й ефективним механізмом емоційної мобілізації, здатним конструювати і транслювати патріотичні афекти у медійному про-

сторі. Такий комплексний міждисциплінарний підхід відкриває нові перспективи для системного вивчення ролі сенсорних модусів у конструюванні національної самоідентифікації та стратегічного брендингу, що стане основою для подальших досліджень, ініційованих Лабораторією рекламних і медіатехнологій Державного торговельно-економічного університету. У межах цього проєкту передбачено залучення репрезентативної вибірки, поєднання якісних і кількісних методів, а також співпрацю з експертами з медіалогії, психології, соціології, маркетингу та сенсорного дизайну для виокремлення й класифікації патріотичних квалій у межах сенсорних модусів. Отримані результати сприятимуть розробці науково обґрунтованих стратегій посилення національної ідентичності через вкорінення ідентифікаційної складової в культурну пам'ять та соціальні уявлення, а також відкриють нові можливості для інтеграції цих практик у вітчизняну медіалогію.

Література:

1. Писаренко Н. В. Воєнний брендинг в забезпеченні позитивного іміджу Збройних Сил України. *Науковий вимір осмислення та пошуку оптимальних моделей розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти* : зб. наук. пр. Київ : Академія праці, соціальних відносин і туризму. 2025. С. 49–53. URL: https://www.socosvita.kiev.ua/sites/default/files/PDF_GO_%D0%B7%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D1%97%202025_3ac70bff-f7de-4b3a-920f-243fd5aabb2d.pdf (Дата звернення: 16.06.2025)
2. Урись Т. Ю. Модус національної ідентичності в сучасній українській поезії (на матеріалі творчості І. Андрусяка, П. Вольвача та І. Павлюка) : дис. ... канд. філол. наук : 10.01.01 – українська література. Київ, 2017. 209 с. URL: https://docs.google.com/viewer?url=https%3A%2F%2Fshron1.chtyvo.org.ua%2FUrystetiana%2FModus_natsionalnoi_identychnosti_v_suchasni_ukrainskii_poezii_na_materiali_tvorchosti_I_Andrusiaka.pdf (Дата звернення: 11.06.2025)
3. Berg P., Sevón G. Food-branding places – A sensory perspective. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2014. Vol. 10, N 4. P. 289–304. DOI: <https://doi.org/10.1057/pb.2014.29> (Дата звернення: 18.06.2025)
4. Bobolos N. Multisensory urban design as a complement to sustainable regeneration projects, in Euro-Mediterranean metropolises: the case of Athens. *International Conference on Changing Cities V: Spatial, Design, Landscape, Heritage & Socio-economic Dimensions*. Corfu Island, 2022. URL: <https://www.researchgate.net/publication/369185831> (Дата звернення: 18.06.2025)
5. Buck L., Axel R. A novel multigene family may encode odorant receptors: a molecular basis for odor recognition. *Cell*. 1991. Vol. 65. P. 175–187. URL: [https://doi.org/10.1016/0092-8674\(91\)90418-X](https://doi.org/10.1016/0092-8674(91)90418-X) (Дата звернення: 23.02.2024)
6. Damasio A. R. *Descartes' Error: Emotion, Reason, and the Human Brain*. New York : Avon Books. 1994. 331 p. URL: <https://ia601806.us.archive.org/9/items/antonio-damasio-descartes-error/Antonio%20Damasio%20-%20Descartes%20Error.pdf> (Дата звернення: 16.06.2025)
7. Elliot A. J., Maier M. A. Color psychology: effects of perceiving color on psychological functioning in humans. *Annual Review of Psychology*. 2014. Vol. 65. P. 95–120. DOI: 10.1146/annurev-psych-010213-115035 (Дата звернення: 17.06.2025)
8. Henshaw V. *Urban smellscapes: understanding and designing city smell environments*. London: Routledge, 2013. 272 p. URL: http://www.natalieb.ca/media/HENSHAW_urban_smellscapes_42-46.pdf (Дата звернення: 17.06.2025)
9. Kassabian A. *Listening to Video Art and the Problem of Too Many Homelands*. Berkeley : University of California Press. 2013. P. 20–32. URL: <http://www.jstor.org/stable/10.1525/j.ctt2855s2.6> (Дата звернення: 16.06.2025)
10. Le Guérér A. *Scent: The Mysterious and Essential Powers of Smell*. New York : Random House. 1992. 260 p. (Дата звернення: 17.06.2025)
11. Lüscher, M. *Psychologie der Farben. Textband zum Lüscher-Test*. Basel : Test-Verlag, 1950. 135 p.

12. McClure S. M., Li J., Tomlin D., Cypert K. S., Montague L. M., Montague P. R. Neural correlates of behavioral preference for culturally familiar drinks. *Neuron*. 2004. Vol. 44, No. 2. P. 379–387 DOI: 10.1016/j.neuron.2004.09.019 (Дата звернення: 16.06.2025)
13. RAU. Запах шопінгу: аромабрендинг магазинів мережі «Територія мінімальних цін». Осієк Д. Маркетинг. 04.04.2024. URL: https://rau.ua/novyni/novini-partneriv/teritorija-minimalnih-cin-aromat-dlja-magaziniv/?utm_source (Дата звернення: 17.06.2025)
14. Ushchapovska I. V., Markova O. I. Linguistic and Pragmatic Parameters of the Phenomenon of Patriotism in the Formation of a National Brand (a Case Study of the Language of Contemporary Media). *Філологічні трактати*. 2020. Т. 12, № 1. С. 126–133. DOI: 10.21272/Ftrk.2020.12(1)-13 (Дата звернення: 11.06.2025)

УДК 366.637

DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.2.5

Оксана КОСЮК

доцент кафедри соціальних комунікацій,
факультет філології та журналістики,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
ORCID: 0000-0001-8093-1961

**СПІВПРАЦЯ УКРАЇНСЬКИХ ТА КИТАЙСЬКИХ МЕДІА
НА ТЛІ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ 2022–2025 РР.**

Китай закономірно претендує на роль флагмана цивілізованого світу, тому налагодження стосунків із Піднебесною надзвичайно важливе. Оскільки українські та китайські ЗМІ не співпрацювали з часів заснування й розквіту Харбіна (1898–1945 рр.), цю можливість медіаекспертам доводиться відроджувати з нуля. На заваді стають, з одного боку – Великий китайський фаєрвол (сукупність засобів для внутрішнього обмеження доступу до інтернету), з іншого – відсутність наукових досліджень – не тільки зі стратегій партнерства ЗМІ, а й цілком і повністю. З усім тим, мета пропонованої розвідки – зафіксувати двосторонні дискусії щодо можливостей кооперації медіа Китаю та нашої держави під час російсько-української війни 2022–2025 рр., визначити їх основні тенденції, проблеми, стратегії та висновки й окреслити, за можливості, певні перспективи.

Увагу студії зосереджено на резюмуваннях вже опублікованих напрацювань авторки (2022–2025 рр.); аналізі роботи столичного круглого столу «Як китайськомовні медіа висвітлюють війну в Україні» (2022 р.); публікаціях та доповіді китайського теоретика й практика журналістики Лу Сяюня на семінарі Українського католицького університету «Глобальна Україна» (2023–2024 рр.); інтерв'ю на платформі «Армія TV» завідувача кафедри міжнародних відносин та зовнішньої політики Інституту міжнародних відносин Київського національного університету Віктора Константинова (2024 р.); висновках підсумкового моніторингу незалежної громадської організації «Детектора медіа» «Що пишуть про Україну та російську агресію медіа КНР, Гонконгу і Тайваню» (2024 р.) та ін.

В результаті ефекту всеохопної дискусії з'ясовано, що материкові ЗМІ Піднебесної таки залежні від режиму (хоч це й не дуже впливає на їх ставлення до нашої держави). Стовідсотково проукраїнські міжнародні медіа з китайськомовними представництвами (включно із тайванськими й гонконзькими). Саме вони, залучаючи збалансовану експертизу, називають речі своїми іменами й дають вичерпну інформацію про мілітарні протистояння. Однак для покращення ситуації слід акредитувати китайських журналістів безпосередньо на війну, налагодити співпрацю з тамтешніми блогерами, фрилансерами та розлогою діаспорою, задіюючи при цьому україномовних експертів нової генерації, що лінгвістично не пов'язані із проросійським лобі. Поки що, станом на 2025 рік, навіть державні ЗМІ КНР, на відміну від російської пропаганди, не намагаються на офіційній відмові від територій або зміні політичного режиму, тому ефективне налагодження співпраці з китайськими ЗМІ – запорука формування позитивного іміджу України.

Ключові слова: війна, ЗМІ, Китай, комунікація, стереотип, Україна.

Oksana Kosiuk. SPECIAL FEATURES OF COOPERATION BETWEEN UKRAINIAN AND CHINESE MEDIA IN THE CONTEXT OF THE FULL-SCALE WAR IN UKRAINE IN 2022–2025

China naturally claims to be the leader of the civilized world, so establishing relations with China is extremely important. As Ukrainian and Chinese media have not cooperated since the founding and prosperity of Harbin (1898–1945), media experts have to revive this opportunity from scratch. There are two obstacles; on one hand, it is the Great Chinese firewall (a set of tools for internal restricting access to the Internet) as well as lack of research not only in strategies of media partnership but total and complete absence of them. Nevertheless, the purpose of this study is to record bilateral discussions on the possibilities of media cooperation between China and our country during the russian-Ukrainian war in 2022–2025, identify their main trends, challenges, strategies and conclusions, and outline, if possible, some perspectives.

The study focuses on the conclusions made in the author's published works (2022–2025); the analysis of roundtable discussion «How the Chinese speaking media cover the war in Ukraine» (Kyiv, 2022); publications and a speech by Chinese theorist and practitioner of journalism Xiaoyu Lu at the first Global Ukraine seminar held by the Ukrainian Catholic University (2023–2024); the interview on «Armiia TV» platform given by Viktor Konstantynov, head of International Relations and Foreign Policy Department at Institute of International Relations, Kyiv National University (2024); summary of the final monitoring «What media of China, Hong Kong and Taiwan write about Ukraine and russian aggression» conducted by the independent NGO Detector Media (2024 p.) and others.

As a result of the comprehensive discussion, it was found out that the mainland media of China are still dependent on the regime (although this does not greatly affect their attitude towards our country). International media with Chinese-language branches (including Taiwanese and Hong Kong) are 100 per cent pro-Ukrainian. They are exactly those media that use balanced expertise and call a spade a spade, provide comprehensive information about military confrontations. However, in order to improve the situation, it is necessary to accredit Chinese journalists directly to the war, to establish cooperation with local bloggers, freelancers and the vast diaspora, while engaging new generation Ukrainian-speaking experts who are not linguistically linked to the pro-Russian lobby. So far, as of

2025, even the Chinese state media, unlike Russian propaganda, do not insist on official rejection of territories or changing the political regime, so effective cooperation with the Chinese media is a key to building a positive image of Ukraine.

Key words: China, communication, mass media, stereotype, Ukraine, war.

Постановка проблеми. У попередній публікації ми здійснили аналіз медіа Піднебесної («Сінхуа», «Женьмінь жибао» та ін.), й пересвідчилися, що вони не настільки заангажовані, як заведено вважати, навпаки – презентують майже взірцеве виробництво новин [4, с. 32–37]. Експертна діяльність міжнародних правових медіаорганізацій теж, як виявилось, опирається на стереотипи й працює, на наш погляд, украй неточно (щоб не казати – халатно). З огляду на засвідчене, можна засумніватися і в шаблонах щодо позиції Китаю стосовно війни в Україні, і в медійних призмах, які все це висвітлюють.

Перші (після російського повномасштабного вторгнення в лютому 2022 року) реакції українських медіаекспертів на можливості співпраці зі ЗМІ Піднебесної були вкрай негативними: аналітик проекту «Sinopsis» Катержина Прохазкова в інтерв'ю «Суспільному» твердила, що китайські масмедіа «втрачені для нас» [7], а президент «Ліберально-демократичної ліги України» Артур Харитонов заявив: «Єдине, що ми можемо, що нам необхідно зробити, – вже давно накласти санкції на China media group, Phoenix TV та на всю китайську пропаганду» [2]. Однак для частини українського соціуму та більшості науковців ці резюмування виявились непереконливими. Дипломати й учені стали об'єднуватись для ведення професійних дискусій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проте, як виявилось, фахівцям немає від чого відштовхуватися: ефір заповнюють повідомлення про ворожість Китаю та його про-російські позиції, а кількість наукових досліджень майже дорівнює нулю. Крім розвідок у царині міжнародних відносин (І. Кіпцар В. Величко, В. Кіктенко, В. Урусов, О. Дроботюк, О. Олійник, С. Юйхуа, О. Микал, М. Любіна, Л. Альгрен Ф. Юцзюнь) й переважно тенденційних публікацій журналу «Україна-Китай», приміром, ювілейних матеріалів про Українську службу Міжнародного радіо КНР [6, с. 142–144] – відшукати щось і досі важко. Хоча можна звернути пильнішу увагу на лінгвістичне дослідження М. Леврінц «Компаративний корпусний аналіз висвітлення російсько-української війни в англомовній східній і західній пресі», у якому з'ясовано, що, на відміну від європейських ЗМІ, які виявляють непохитність позиції в засудженні агресивних дій з боку Росії, азій-

ські джерела (а отже – й КНР) акцентують політику нейтралітету [5, с. 1].

Мета та завдання дослідження. Намір нашого розслідування – зафіксувати двосторонні дискусії щодо можливостей співпраці медіа Китаю та нашої держави під час російсько-української війни, визначити їх основні тенденції, проблеми, стратегії та висновки й окреслити, якщо це можливо, певні перспективи. Розвідка здійснюватиметься за хронологічним критерієм.

Виклад основного матеріалу. Перша студія (робота круглого столу «Як китайськомовні медіа висвітлюють війну в Україні») відбулася за сприяння Інституту сходознавства імені А. Ю. Кримського НАН України, Української асоціації китаєзнавців та Видавничого дому «Гельветика» 29 серпня 2022 р. [11, с. 2022]. У диспуті брали участь Девід Бандурскі, директор дослідницької платформи China Media Project; Роуз Лувей, експертка Школи комунікацій Баптисського університету Гонконгу; Чун Цзянь, професор Сінгапурського національного університету; Євгенія Гобова, молодший науковий співробітник Інституту сходознавства імені А. Ю. Кримського НАН України; Олексій Коваль, журналіст-міжнародник та член правління Української асоціації китаєзнавців; Кирило Чуйко, директор курсів усного (послідовного та синхронного) перекладу з китайської мови при Інституті сходознавства ім. А. Ю. Кримського НАН України. Модерувала форум Ізабель Хілтон, засновниця платформи China Dialogue.

Як результати полеміки можна виокремити наступні висновки: китайським ЗМІ різних форм власності усе ще бракує незалежної експертизи (зادля дотримання балансу думок цитуються переважно висловлювання офіційних осіб, котрі підтримують провладні інтереси – без перевірки фактів (одначе, загально-відомо – саме офіційні дані, що вважаються першоджерелами, перевірити украй важко, щоб не казати – неможливо)); позитивний результат дає співпраця з міжнародними медіа, які мають китайськомовні представництва; пишучи про війну після повномасштабного вторгнення, не варто відволікатися на ізраїльський, сирійський та інші конфлікти, а прицільно зосереджуватись на Україні; доречно також збільшувати кількість акредитованих на війну китайських медійників, активніше контактувати з менш залежними

від системи фрилансерами й блогерами, а також міжнародними брендами – джерелами касового тиражування інформації; не завадить і налагодження стосунків з розлогою діаспорою Піднебесної; варто, крім того, комплексніше задіювати україномовних експертів нової генерації, що лінгвістично не пов'язані із проросійським лобі; особливо плідним має стати поширення персональних історій українців, навіть неполітичного характеру, адже вони не вловимі для цензури; однак найпотужніший важіль впливу – прямий діалог та підписання угод між лідерами Піднебесної та України.

З часу проведення форуму ситуація (в плані покращення) суттєво не змінилась – висновки обговорення й надалі лишаються актуальними. Однак є зрушення на рівні співпраці українських та китайських ЗМІ. Наочний приклад такої співпраці і якісного, за сукупними параметрами, продукту – публікація Лу Сяюня «Хроніки сьогоденного Києва». Вперше нарис (мовою оригіналу) опубліковано на платформі 三联生活周刊 (Lifeweek), а згодом (в українському перекладі Оксани Осмачко) у журналі «Україна–Китай» 2023 року. Об'ємний допис охоплює різноманітні історії: нашого національного спротиву межі тисячоліть; сучасних громадських організацій, цивільних та військових українців; політикуму (зокрема – Володимира Зеленського), постраждалих від війни міст, сіл та столиці України – Києва. «Незважаючи на суперечливу інформацію з різних джерел та запеклі дебати, ми все ще дуже мало знаємо про те, що саме відбувається в Україні, – зізнається Лу Сяюнь. – <...> Я не можу придумати більш відповідного способу розказати про цю війну, ніж із позиції щоденного життя українців, розуміння їхніх тривог, опису їхньої долі та вибору. Це не демонстрація картин чужої війни з моєї точки зору, а хроніка української буденності» [9, с. 83].

Ще через рік за вислідом публікацій Лу Сяюня в Українському католицькому університеті відбувся семінар «Глобальна Україна», на якому китаєць виголосив пленарну доповідь, однак тепер вже з позицій власного соціуму [8]. Зовнішньополітична стратегія Піднебесної, в його інтерпретації, давно вийшла за межі усталених стереотипів. Виявилось, що повномасштабне вторгнення стало для керівництва Китаю і його мешканців не просто новиною (про яку довідались із засобів масової комунікації), а справжнім шоком: лідери готувалися до загострення російсько-українського конфлікту, однак ніколи не думали, що це буде

велика бійня. «Якими б не були коливання китайської влади, два пункти для неї лишаються фундаментальними: повага до територіальної цілісності України та припинення війни й пошуки політичного розв'язання», – наголосив Лу Сяюнь. Додатково він підтвердив такі фактори: Китай рішуче проти застосування ядерної зброї й не постачає мілітарних припасів ні в Росію, ні в Україну (хіба через третіх осіб – за їх ініціативами); він однаково зацікавлений у нормальних стосунках з обома учасниками конфлікту (тому просить міжнародні спільноти не тиснути й не вимагати більш активної проукраїнської позиції); уряд Китаю переконаний – Захід підтримує Україну не через цінності, а задля власних геополітичних інтересів (в протилежному випадку він вів би себе по-іншому на Близькому Сході); «Китай не є партнером РФ. Він вважає Росію непередбаченою й не вартою довіри», проте реальних інструментів впливу на неї теж не має; КНР проти розширення НАТО, оскільки «виступає за послаблення позицій Америки як світового лідера» (натомість, активно підтримує ідею створення європейського воєнного союзу як перспективного взірця для азіатських держав); на відміну від політикуму, на рівні громадян Китайської Народної республіки існують проросійські та проукраїнські групи (їх, щонайменше, сім): «фанати Росії»; її ситуативні союзники («ворог мого ворога – мій партнер»); стратегічні реалісти (війна «відвертає увагу США від Азії»); пристосуванці (КНР «має користати з цієї війни, бо вона ослабляє і Росію, і США, і Захід»); пацифісти (вимагають негайного завершення війни, «щоб припинити страждання українського народу»); співники (задіюючи як приклад китайсько-японські конфлікти, «допевняються від уряду чіткої проукраїнської позиції»); «безумовні симпатичники України» вважають, що ця війна є протистоянням добра і зла. «Якщо Україна хоче вести успішну піар-кампанію в Китаї, вона (на думку Лу Сяюня – ОК) має знайти розумний баланс, який би був прийнятним для більшості із груп». Оскільки, як бачимо, 80 відсотків китайців так чи інакше проукраїнські (і ми це свого часу вже відслідковували на сторінках провідних ЗМІ [4, с. 32–37]), то закріпити окреслені положення не так то й складно.

Непогані, хоча й дещо реалістичніші, позиції окреслив в інтерв'ю «Армія TV» завідувач кафедри міжнародних відносин та зовнішньої політики Інституту міжнародних відносин Київського національного університету

Віктор Константинов [3]. Провідна думка науковця – Китай, як і більшість країн, скрізь має власний зиск (у контексті служіння якому найбільшою цінністю стає інформація). Подібно у статті «Відносини Росії та Китаю після лютого 2022 року: спільні інтереси, але різні цінності та бачення» міркує О. Микал: чим довше Росія залишатиметься під санкціями, тим більше Китай використовуватиме ситуацію для досягнення власних зацікавлень, розсовуючи й збільшуючи прірву між двома державами [10, с. 115].

На завершення 2024 року провідний експерт в царині журналізму – «Детектор медіа» – проаналізував, що пишуть про Україну та російську агресію медіа КНР, Гонконгу і Тайваню [12]. У розвідці вкотре наголошено, що КНР з початку повномасштабного вторгнення тримається осторонь конфлікту. Принаймні – позірно. Однак у лютому 2023 року на сайті тамтешнього міністерства закордонних справ опублікували 12 пунктів «позиції Китаю щодо політичного врегулювання української кризи». Після приєднання до проєкту Бразилії перелік скоротився до шести наступних позицій: не розширювати поле бою; запустити переговори процеси за участі всіх учасників протистоянь; посилити гуманітарну допомогу та забезпечити належний захист цивільному населенню (особливо – жінкам і дітям), те ж саме стосується й військовополонених; не використовувати ядерної, хімічної та біологічної зброї; припинити напади на АЕС. Найкрасномовнішим, на наш погляд, виявився крайній пункт: докласти «зусиль щодо зміцнення міжнародного співробітництва в галузі енергетики, валюти, фінансів, торгівлі, продовольчої безпеки та безпеки критичної інфраструктури, включаючи нафто- та газопроводи, підводні оптичні кабелі, електроенергетичні об'єкти та волоконно-оптичні мережі з метою захисту стабільності глобальних промислових поставок» [1]. Це звучить, як вимога локалізувати «свою» війну й не заважати світові торгувати та розважатися. Звісно, Україна від такої «допомоги» відмовляється.

Аби «поставити точний діагноз інформаційному простору Китаю», журналісти «Детектора...» скористалися масивом сервісу Currents API, що однаково якісно працює з традиційним і спрощеним виявами китайської мови. У запит вводилися слова 烏克蘭 і 乌克兰 (в перекладі – Україна). Найбільше матеріалів (2811) про нашу державу з 1 червня по 30 листопада 2024 року опублікували медіа Тайваню, значно менше (720) – Гонконгу і порівняно зовсім небагато (551) – Китаю. На

піку популярності 11 жовтня опинилася публікація про перебування Сі Цзіньпіна на зустрічі G20у Ріо-де-Жанейро. Голова КНР повідомив тоді, що за тисячу днів війни населення України скоротилося на 10 мільйонів, і закликав припинити бійню (підспудно гасло більшою мірою стосувалося росіян, хоч прямо Сі Цзіньпін цього не висловив). На другій позиції публікація від 21 жовтня про заяву експлоатувача ЗСУ генерала В. Залужного про початок третьої світової війни (тоді Дніпро вперше атакували північнокорейські та китайські дрони). На третьому місці аж дві новини: 18 жовтня отримано дозвіл від адміністрації Дж. Байдена використовувати далекобійну зброю і, наче, як вислід, – 20 жовтня стався запуск української ракети, яка знищила склад боєприпасів у Росії. Цікаво, що новина від 26 червня про можливий дозвіл використання ракет дальнього радіусу опинилася і на найнижчій позиції (разом з повідомленням від 26 серпня про очікувану зустріч президентів В. Зеленського і Дж. Байдена та ймовірне представлення «плану перемоги»). Слід зауважити, що майже всі популярні новини тайванські, однак розміщення в інфопросторі Піднебесної робить їх загальнодоступними.

Щодо материкових наративів, то вони, в інтерпретації штучного інтелекту, наступні: Росія пропонує мир та компроміс, а Україна відмовляється; США просять Європу взяти на себе ризики війни й припинити гонку озброєнь України; за президентства Трампа Україні й Тайваню «доведеться напружити всі зусилля»; «навіть воєнна агресія не виправдовує санкції проти Росії». Аби закріпити ситуацію, державні ЗМІ часто цитують офіційні документи Комуністичної партії Китаю. Висвітлюючи події в Україні, ці медіа «стають показово нейтральними», особливо – «у випадках повідомлень про злочини й репутаційні втрати Росії. Зокрема, трагедії, такі як обстріл лікарні «Охматдит», висвітлюються з поширенням російських заперечень або створенням атмосфери невизначеності» [12]. Війну війною, а не «українською кризою», а Росію – агресоркою (з покликаннями на світові та українські першоджерела) називають виключно тайванські медіа. З усім тим, навіть державні ЗМІ КНР, на відміну від російської пропаганди, не наполягають на офіційній відмові від територій або зміні політичного режиму.

У 2025 році ситуація співпраці українських та китайських медій не покращилася. Хоч 13 червня (після ізраїльської атаки Ірану) на тлі зближення США та Росії незалежні експерти знову заговорили про можливість

об'єднання Європи/України та Китаю. Отже, є на що сподіватися.

Висновки. ЗМІ КНР та їх ставлення до ситуації в Україні й національного медіа-простору зацікавили експертів з перших днів повномасштабного вторгнення. Однак налагодженню стосунків завадили стереотипи й необережні заяви українських медійників. Тим не менш, відсторонившись від популярної формули «друг мого ворога – мій супротивник», журналісти обох країн об'єднали зусилля в полеміках для пошуку медійного балансу. Зокрема, під час диспутів засідання круглого столу «Як китайськомовні медіа висвітлюють війну в Україні» було надано низку рекомендацій щодо сприяння налагодженню міжнародних, зокрема, й інформаційних, контактів.

Наочним прикладом якісної журналістики стали публікації китайського журналіста Лу Сяюня та його доповідь на семінарі «Глобальна Україна». Провідна думка науковця – Китай, як і більшість держав (включно із нашою), передусім захищає власні інтереси (у розрізі служіння яким неабиякою цінністю стає якісна достовірніа інформація). Це підтвердив і моніторинг ГО «Детектор медіа».

З усім тим, зважаючи на обмежену кількість наукових досліджень медіаландшафту КНР, наша розвідка запрошує до дискусій та пропонує розлогі перспективи фахових напрацювань.

Література:

1. Brazil and China present joint proposal for peace negotiations with the participation of Russia and Ukraine. *Planalto*. 2024. URL: <https://www.gov.br/planalto/en/latest-news/2024/05/brazil-and-china-present-joint-proposal-for-peace-negotiations-with-the-participation-of-russia-and-ukraine> (date of application: 01/30/2025)
2. Буцко Діана. «Частина китайців вірить у те, що Буча була інсценована»: китайські медіа та війна в Україні. *Детектор медіа*, 2023. URL: <https://detector.media/infospace/article/210452/2023-04-24-chastyna-kytaytsiv-viryt-u-te-shcho-bucha-bula-instsenovana-kytayski-media-ta-viyna-v-ukraini/> (дата звернення: 25.01.2025)
3. Константинов Віктор. Які інтереси Китаю та навіщо йому війна в Україні. *Армія TV*. 2024. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=M6WeYDEat48> (дата звернення: 27.01.2025)
4. Косюк Оксана. Інтермедіальний підхід до спростування стереотипів щодо діяльності китайських ЗМІ в умовах російсько-української війни. *Наукові праці МАУП. Філологія*. 2025. Вип. 1(15). Київ : Міжрегіональна Академія управління персоналом.
5. Леврінц М. І. Компаративний корпусний аналіз висвітлення російсько-української війни в англомовній східній і західній пресі. *Східний світ*, 2023, (3 (120)).
6. Лі Сянь. Українська служба Міжнародного радіо Китаю: намагаємося робити хороше радіо, але не тільки це. *Україна–Китай*, Спеціальний випуск 2017, №1 (7).
7. Лісовська Роксолана. Полк «Азов» в Гонконзі, «біолабораторії» та «брудна бомба» – дослідниця Китаю про російську пропаганду в ЗМІ КНР. *Суспільне. Новини*. 2022. URL: <https://suspilne.media/309238-polk-azov-v-gonkonzi-biolaboratorii-ta-brudna-bomba-doslidnica-kitau-pro-rosijsku-propagandu-v-zmi-knr/> (дата звернення: 28.01.2025)
8. Лу Сяюю. Перша подія в межах проєкту «Глобальна Україна», промова доктора Xiaoyu Lu. *UCU Business School*. 2024. URL: https://www.youtube.com/watch?v=cB8_U-9vKGA&t=2233s (дата звернення: 30.01.2025)
9. Лу Сяюю. Хроніки сьогоденного Києва. *Україна–Китай*, 2023, №1 (24).
10. Микал О. К. Відносини Росії та Китаю після лютого 2022 року: спільні інтереси, але різні цінності та бачення. *Східний світ*, 2024, (4 (125)).
11. Онлайн круглий стіл на українській платформі з сучасного Китаю. Як китаємовні медіа висвітлюють війну в Україні. Українська асоціація китаєзнавців. 2022. URL: <https://sinologist.com.ua/yak-kytayemovni-media-vysvitlyuyut-vijnu-v-ukrayini-onlajn-kruglyj-stil-na-ukrayinskij-platformi-z-suchasnogo-kytau/> (дата звернення: 23.01.2025)
12. Пилипенко Андрій та ін. Безальтернативність «китайських пунктів» для «української кризи». Аналіз публікацій про Україну в медіа КНР, Гонконгу і Тайваню. *Детектор медіа*. 2024. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/37003/2024-12-19-bezalternatyvnist-kytayskykh-punktiv-dlya-ukrainskoi-kryzy-analiz-publikatsiy-pro-ukrainu-v-media-knr-gonkongu-i-tayvanu/> (дата звернення: 30.01.2025)

УДК 070.32:004.74:821.111

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.2.6>**Христина КУХАРУК**

асистент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю,

ЗВО «Університет Короля Данила»,

khrystyna.v.kukharuk@ukd.edu.ua

ORCID: 0009-0008-0374-3666

Ярослав ШТАНЬКО

кандидат історичних наук, доцент,

доцент кафедри психології та суспільствознавчих дисциплін

імені академіка УАН о. Івана Луцького,

ЗВО «Університет Короля Данила»,

yaroslav.v.shtanko@ukd.edu.ua

ORCID: 0000-0003-2310-4921

НАРАТИВ THE WALL STREET JOURNAL ПРО АТАКИ УКРАЇНСЬКИХ БЕЗПІЛОТНИКІВ НА ВІЙСЬКОВІ АЕРОДРОМИ РОСІЇ: МОВНІ СТРАТЕГІЇ, ІНТЕГРАЦІЯ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ

У статті представлено мовні стратегії текстового наративу міжнародного англomовного видання *The Wall Street Journal*, які автори редакції використовують для висвітлення події, що трапилась 1 червня 2025 року, коли українські безпілоти здійснили атаку 4-х військових аеродромів росії і знищили великий стратегічний сегмент військової потужності країни-терориста. Артикульовано, як *The Wall Street Journal* конструює наратив, зокрема через використання лексичних одиниць, риторичних фігур, стилістичних прийомів, які впливають на читача (слухача – якщо йдеться про аудіоверсію матеріалів). Також у фокусі дослідження зосереджена мультимедійна інтеграція – аналіз функціональних спроможностей візуального, аудіального інтерактивного інструментарію: відео, аудіо, фото, інтерактивні вставки, використання мультимедійного продукту ШІ – OpenAI, компанією, з якою у американського видання укладений договір про співпрацю. Ці мультимедійні засоби розглянуто як нові тенденції у представленні воєнних реалій між Україною та росією у міжнародній журналістиці. Дослідження мовних стратегій та мультимедійного матеріалу як підсилення текстового наративу окреслює та інтерпретує вплив американського медіа на міжнародне сприйняття війни. У контексті мовних стратегій виявлено домінуючі прийоми фреймінгу – номінація фактів за допомогою лексичних маркерів «зухвалі атаки», «найбільший удар» тощо; метафоризацію бойових дій: «нокдаун для ворога»; конструкції з підтвердженням через цитати основних фігур – авторитетних джерел (Володимир Зеленський, Василь Малюк), дискурсивна стратегія, створення образу архетипного героя (керівник операції «Павутина» Василь Малюк). Оцінено використання відео, інфографіки, інтерактивного елемента ШІ, який створений додатком WSJ-OpenAI і відредагованого редактором, аудіоверсій матеріалів, фото та інфографіки від інших медіа: Associated Press, Reuters, ISW AEI тощо.

Ключові слова: мовна стратегія, фреймінг, оціночні судження, цитати, конструкції, мультимедіа, Володимир Зеленський, Василь Малюк, СБУ, війна, безпілоти, атака, Україна, росія.

Khrystyna Kukharuk, Yaroslav Shtanko. THE WALL STREET JOURNAL'S NARRATIVE ON UKRAINIAN DRONE ATTACKS ON RUSSIAN MILITARY AIRFIELDS: LANGUAGE STRATEGIES, INTEGRATION OF MULTIMEDIA TOOLS

The article presents the linguistic strategies of textual narrative used by the international English-language publication *The Wall Street Journal* which the editorial staff uses to cover the events that took place on 1 June 2025, when Ukrainian drones attacked four russian military airfields and destroyed a large strategic segment of the terrorist country's military power. It articulates how *The Wall Street Journal* constructs its narrative, in particular through the use of lexical units, rhetorical figures, and stylistic devices that influence the reader (or listener; in the case of the audio version of the materials). The study also focuses on multimedia integration – an analysis of the functional capabilities of visual and audio interactive tools: video, audio, photos, interactive inserts, and the use of the AI multimedia product OpenAI, a company with which the American publication has a cooperation agreement. These multimedia tools are considered as new trends in the presentation of military realities between Ukraine and russia in international journalism. The study of language strategies and multimedia material as a reinforcement of the textual narrative outlines and interprets the influence of American media on the international perception of the war. In the context of linguistic strategies, dominant framing techniques have been identified, such as the nomination of facts using lexical markers such as «bold attacks», «the biggest blow», etc.; the metaphorisation of combat operations: «knockdown for the enemy»; constructions with confirmation through quotes from key figures – authoritative sources (Volodymyr Zelensky, Vasyl Maluk), discursive strategy, creation of the image of an archetypal

hero (head of Operation Spider Web Vasyl Malyuk). The use of video, infographics, interactive AI elements created by the WSJ-OpenAI app and edited by the editor; audio versions of materials, photos and infographics from other media outlets (Associated Press, Reuters, ISW AEI, etc.) was evaluated.

Key words: language strategy, framing, evaluative judgements, quotations, constructions, multimedia, Volodymyr Zelensky, Vasyl Malyuk, SBU, war, drones, attack, Ukraine, russia.

Наукова новизна. У сучасному сегменті україномовного журналістикознавства проблема мовних наративних стратегій та функціональні можливості мультимедійного інструментарію в американському виданні The Wall Street Journal, зокрема тема атаки українських безпілотників на аеродроми росії 1 червня 2025 року, досліджується вперше.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Мовні стратегії як предмет наукового дослідження у контексті освіти описані у статті Катерини Дребницької: «Мовні стратегії <...> набувають потужного політичного, економічного і соціокультурного значення» [3]. У зрізі аналізу медійних текстів друкованих медіа дослідниця Коротич подає визначення стратегії, як таке, що «спрямоване на досягнення комунікативної мети» [4]. У контексті лексики лексичні особливості при створенні медійного образу України досліджували Бондаренко К., Бурлака В., Єршова А.: «Використовуючи статистичний аналіз у програмі WordSmith 8.0 для обробки виділених текстів, було визначено найчастіше вживані (ключові) слова: war, Russia, military, forces, defense, drone, weapon, time, soldiers, president, officials, Biden, government, Zelensky тощо» [1].

Метою дослідження є виявити, типологізувати, інтерпретувати та описати основні мовні стратегії текстового наративу міжнародного видання The Wall Street Journal у тематиці атаки українських безпілотників 4-х російських аеродромів у період першого тижня червня 2025 року, а також визначити функціональні можливості мультимедійного інструментарію, використаного у статтях.

Методи. У межах аналізу мовних стратегій текстового наративу The Wall Street Journal та мультимедійного інструментарію застосовано типологічний, інтерпретаційний та описовий методи дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Попри те, що The Wall Street Journal є медіалідером у першу чергу з висвітлення фінансових та ділових питань, на перші шпальти у розділі «Світ» у перший тиждень червня 2025 року вийшли статті про атаки українських безпілотників на чотири військові аеродроми в росії (1 червня 2025 року) та про підрив Керченського моста (2 червня 2025 року). У цей час американська газета

зарясніла заголовками від 1.06.2025: «Ukraine Says It Destroyed Dozens of Warplanes Deep Inside Russia» («Україна заявляє про знищення десятків військових літаків глибоко в Росії», – тут і далі переклад авторів) [9], від 2.06.2025: «Ukraine's Stunning Assault Roils Russia's Global Military Strategy» («Приголомшливий наступ України порушує глобальну військову стратегію Росії») [6], від 3.06.2025: «Inside the Ukrainian Drone Operation That Devastated Russia's Bomber Fleet» («Усередині операції українського безпілотника, яка спустошила російський бомбардувальний флот») [7], «Watch: Ukraine Attacks Key Bridge Connecting Russia to Crimea» («Дивіться: Україна атакувала ключовий міст, що з'єднує Росію з Кримом») [10], від 4.06.2025: «The Ukrainian Spy Agency Behind the Stunning Strike on Russia's Bomber Fleet» («Українська розвідувальна служба стоїть за приголомшливим ударом по російському бомбардувальному флоту») [8], від 5.06.2025: «Ukraine's Drone Attack Exposes Achilles' Heel of Military Superpowers» («Атака безпілотників України викриває ахіллесову п'яту військових наддержав») [5].

Розглянемо ці матеріали детальніше з точки зору двох параметрів: мовних стратегій та використання мультимедійного інструментарію: способів інтеграції у медійний наратив інфографіки, відео та фотоматеріалів, інтерактивних елементів.

У статті Джейн Литвиненко [9] фігурує вид мовної стратегії – *фреймінг*, де при номінації фактів беруться до уваги окремі факти, аргументи, деталі, що формують картину атаки українських безпілотників на 4 аеродроми росії: «найбільший удар війни по флоту далеких бомбардувальників Москви», «Україна здійснила зухвалі атаки безпілотників на чотири військові аеропорти в Росії», «українська програма глибоких ударів», «міністерство оборони Росії назвало операцію терористичним актом» [9].

Ще одна мовна стратегія – використання *метафори*, яка повертає читацьку ремінісценцію до боїв минулого і закарбовує каузальні відношення між атакою на джерело повітряних обстрілів України росією і самим збиттям ракет та безпілотників: «вбиваючи лучників замість перехоплення стріл, ви отримуєте ефективніший спосіб послабити

російський потенціал», «це ще не нокаут, але досить серйозний нокдаун для ворога» [9].

Використання **оціночних суджень**, зокрема як **цитат авторитетних джерел** – президента України, голови української розвідки – підсилюють емоційний ефект події у читача і водночас є ще одним видом мовної стратегії – **конструкцією з підтвердженням**: «абсолютно унікальна операція (Володимир Зеленський)», «ось як гарно зараз виглядає аеродром Біла (Василь Малюк)» [9].

З **мультимедійного інструментарію** використано **відео** атаки українських безпілотників російських аеродромів з інфографікою, які коментує Керівник українського бюро WSJ Джеймс Марсон [9]. Також є **інтерактивна вкладка**, створена **за допомогою штучного інтелекту** на основі тексту самої статті, яку редагував редактор. Це основні тези, викладені у дописі. Для цього WSJ уклали контракт на контент з **OpenAI, розробником ChatGPT**. The Wall Street Journal використовує платформу **Google Vertex AI** для розслідувань, надаючи відкритий код та деякі інструменти для редакцій. Окрім того, використовуючи **AI**, для кожної статті WSJ створено **аудиоверсію**.

З **фотоматеріалів** є світлини з операції «Павутина» у Telegram via Associated Press, Telegram/Reuters, Секретна служба України/AFP/Getty Images. А також **інфографіка** – **мана** російських аеродромів, які атакувала Україна, у контексті відстані від Києва – від Інституту вивчення війни та Проєкту критичних загроз AEI.

У статті, що з'явилась у WSJ наступного дня ключовою мовною стратегією є **фреймінг**, оскільки інтерпретація та аналіз операції «Павутина» описаний із метою сформулювати візію змін у балансі військових сил з точки зору геополітики: «**КИЇВ, Україна – Безпрецедентні удари безпілотників України по російських авіабазах послаблюють здатність Москви вести війну проти свого меншого сусіда та підривають її здатність загрожувати більш віддаленим суперникам, таким як США, – зміна, яка потенційно може мати далекосяжні геостратегічні наслідки**» [6], «**Цей розвідувальний подвиг посилює страх у країні та, ймовірно, спонукатиме Москву посилити внутрішній контроль та репресії**» [6]. Іншими словами, цей військовий успіх автори статті у WSJ пояснюють як суттєву зміну у розподілі військових геополітичних сил.

У цьому фреймінгу можна виділити такі основні наративні компоненти: подвійний ефект ударів, емоційне забарвлення, акцент на безпрецедентності, проектування локаль-

ної події у площину глобальних масштабів, риторичні фігури, політичні меседжі, що в підсумку формують думку про Україну, яка кидає серйозний виклик військовим силам росії і цим послаблює її загрозливість для інших країн світу.

До **фреймінгу, оціночних суджень та конструкцій з підтвердженням**, як приклад мовних стратегій можна віднести наступний наративний фрагмент: «**Російський президент Володимир Путін, якого багато західних аналітиків розвідки вважають глибоко параноїдальним, ймовірно, більше турбуватиметься про внутрішніх ворогів і вживатиме жорстких заходів у відповідь на публічне приниження. Провали розвідки, що працюють поблизу країни, по всьому світу зазвичай призводять до чисток і переворотів у службах безпеки. Росія вже зробила багато таких дій після провалу свого першого масштабного вторгнення в Україну на початку 2022 року**» [6].

Як бачимо, у вище наведеному фрагменті присутні **лексичні маркери з емоційними конотаціями**. Описовий ад'єктив «глибоко параноїдальним» з констатацією можливої відповіді «більше турбуватиметься про внутрішніх ворогів і вживатиме жорстких заходів у відповідь на публічне приниження» акцентує увагу на формуванні у читачької аудиторії відповідного образу лідера країни-терориста, що керується не раціональними рішеннями, а емоціями, а відтак прогнозує внутрішні чистки в росії. Також тут присутня **дискурсивна стратегія**: інтертекстуальне посилання на невдалі минулі політичні події – масштабне вторгнення в Україну в лютому 2022 року «**після провалу свого першого масштабного вторгнення в Україну на початку 2022 року**» [6]. Наступний компонент дискурсивної стратегії – використання **конструкцій підтвердження**: «публічне приниження», «провали розвідки», «чистки», «перевороти» вибудовує каузальні наративні зв'язки між зовнішньою поразкою в Україні та внутрішньою хиткою і репресивною ситуацією в росії. Відтак дискурсивна мовна стратегія підводить до **детерміністичної складової**: остання подія – ураження російських аеропортів, знищення стратегічно важливої авіації Україною – спричиняє строго передбачені описані наслідки.

Серед цитування **авторитетних джерел** як приклад, у якому також є **метафора**, можна навести слова генерал-лейтенанта Василя Малюка: «**Ворог бомбив нашу країну з цих літаків майже щоночі, і сьогодні фактично відчув, що «розплата неминуха**» [6].

Конструкції із підтвердженням та оціночні судження, як вид мовної стратегії присутні у статті WSJ «Всередині операції українського безпілотної, яка спустошила російський бомбардувальний флот»: «Те, що Малюк та його команда виграли в неділю, шокувало світ своєю зухвалістю» [3.06], «зрозуміло, що це завдало дуже важкого удару по російських стратегічних бомбардувальниках, навіть якщо ми не бачимо тих цифр, про які заявляють українці» [7].

Вже описана **дискурсивна стратегія** має місце у наративі цього матеріалу WSJ: «Малюк та його відомство мають чималий досвід ураження головних цілей, від використання вантажівки-замінника для пошкодження Керченського мосту між материковою частиною Росії та окупованим Кримом до вбивств на російській території, включаючи вбивство російського генерала за допомогою вибуху скутера, а також бомбу, заховану в статуетці, для вбивства відомого воєнного блогера» [7].

Метафора як мовна стратегія присутня у непрямій цитаті **авторитетного джерела** – президента України: «Зеленський заявив, що українські розвідники в Росії створили базу прямо під носом у Федеральній службі безпеки Росії (ФСБ)» [7]. Окрім того, засновник компанії «First Contact» Валерій Боровик, цитату якого використали автори WSJ у статті, теж вжив **метафору** про те, що удари безпілотної виявились «вишенькою на торті»: «Але цей торт вони приготували, спекли, поклали в коробку, прикрасили – продовжуючи метафору – і все це було зроблено з великою ретельністю та деталями» [7].

Конструкція з підтвердженням як приклад мовної стратегії використана в цитаті **авторитетного джерела**, а не авторів публікації: «Увесь наратив Росії, який вони поширюють усюди, в Європі, у Великій Британії, в Америці, що вони в безпеці, що вони виграють війну – цей наратив не працює, – сказав Зеленський журналістам у понеділок. – Вони не в безпеці» [7].

У наступному матеріалі WSJ **фреймінг та стверджувальні конструкції та оціночне судження** реалізовані у самому заголовку статті – «Українська розвідувальна служба стоїть за приголомшливим ударом по російському бомбардувальному флоту», а також у тексті: «Служба безпеки України здійснила руйнівну атаку безпілотної на флот російських стратегічних бомбардувальників, здійснивши видовищну операцію, яка довго підживлювала таємничість провідних розвідувальних агентств, таких як ізраїльський Моссад» [8].

Пояснюючи роль Служби безпеки України у війні, автори WSJ вдаються до **метафори** як реалізації мовної стратегії: «СБУ протягом трирічної війни перетворилася на гострий кінчик списа України після десятиліть наклепу на корумпованість, пронизаність зрадниками та більшу зосередженість на переслідуванні політичних опонентів, ніж на загрозах безпеці» [8].

Також від початку висвітлення подій та аналітики навколо операції «Павутина» у WSJ з'являється **мовна стратегія з вектором на творення образу архетипного героя** – фізична сила, рішучість, високий професіоналізм: «Малюк, кремезний 42-річний чоловік, який пройшов кар'єрні сходинки в СБУ, здобув репутацію практичного лідера з жорсткою рисою характеру. У лютому Малюк особисто затримав високопоставленого офіцера відомства, який нібито шпигував на користь Росії. <...> Під керівництвом генерал-лейтенанта Василя Малюка відомство перенесло боротьбу на територію Росії, вбиваючи ймовірних зрадників та російських військових офіцерів, а також використовуючи далекобійні вибухові безпілотної, які були спрямовані проти російських військово-виробничих заводів та нафтових об'єктів. Воно також здійснило революцію у військово-морській війні, розгорнувши військово-морські безпілотної, які змусили Чорноморський флот Росії значною мірою залишити свій порт приписки в окупованому Криму» [8].

Ця мовна стратегія наративу статті у WSJ експлікується завдяки конкретизації авторами **особистісних характеристик**: фізична форма, вік «кремезний 42-річний чоловік»; **професійного статусу**: фраза «пройшов кар'єрні сходинки СБУ» підкреслює наполегливу роботу, «здобув репутацію практичного лідера з жорсткою рисою характеру» – акцентує на дисципліні, рішучості, оперативності, що для лідера у сфері безпеки є важливо; **домінанта на персональній участі та активності**: «особисто затримав високопоставленого офіцера», а далі як продовження присутнє **контрастивне протиставлення**: «який нібито шпигував на користь Росії» – читачеві це створює демаркаційну лінію між позитивним лідером – Василем Малюком та негативним образом зрадника – а це підсилює професійну та моральну перевагу першого.

Щодо другої частини фрагменту про СБУ, то тут присутня активна, динамічна мовленнєва конструкція, що артикулюють образ наступального силового та інноваційного суб'єкта у глобальному силовому контексті.

Мовна стратегія тут експлікована такими факторами: **атрибуція авторитету**: «під керівництвом генерал-лейтенанта Василя Малюка» – конкретизується особистість; **наступальна активна риторика**: «перенесло боротьбу», «вбиваючи», «використовуючи» – ці дієслова та дієслівні форми свідчать про активну участь СБУ у веденні бойових дій. Такий авторський наратив створює враження, що операції носять наступальний, а не оборонний характер, а це свідчить про те, що Україна на шпальтах міжнародного медіа є сильним військовим гравцем. Ще один експлікант – **застосування сучасної військової термінології**: «далекобійні вибухові безпілотники», «військово-морські безпілотники» – за допомогою цих мовленнєвих конструкцій для читача створюється імідж високого потенціалу у сфері безпеки України. Відтак звідси логічно висновується **риторичне піднесення – гіпербола**: «здійснило революцію у військово-морській війні» – що артикулює суттєві зміни в балансі стратегічних сил між росією та Україною. Далі з'являється **конструкція подвійного фронту дій**: на суходолі, а це удари по військово-виробничих заводах та нафтових об'єктах, а також на воді – знищення Чорноморського флоту. Також має місце **морально-ідеологічне розрізнення**: при висвітленні операцій «вбиваючи ймовірних зрадників та російських військових офіцерів» зберігається поділ на «наші – ворог». Таким чином наративно автори статті легітимізують застосування сили, агресії до внутрішніх зрадників та зовнішніх ворогів.

У статті за 5 червня 2025 року у WSJ «Атака безпілота України викриває ахіллесову п'яту військових наддержав» [5] використано усі вище зазначені мовні стратегії. Зупинимось на текстовому фрагменті, який характеризує силові структури України: «Зухвала атака безпілотників України поранила та збентежила Москву, але

також викрила загрозу для західних союзників Києва: недорогі високотехнологічні удари можуть завдати дедалі потужнішого удару навіть по найбільш захищених світових державах» [5]. Серед елементів мовної стратегії тут є **емоційний вплив та драматизація**: «зухвала атака», «поранила», «збентежила» – ці лексичні компоненти створюють відчуття несподіваного, руйнівного удару, що змінив хід війни; **протиставлення між локальним ефектом та глобальними наслідками**: успішна атака безпілотниками росії є позитивним ефектом у війні, однак це створило прецедент для переосмислення глобальної системи безпеки. Звідси як наслідок впливає **парадокс інноваційності та доступності**, що трансформує сучасний безпековий ландшафт.

Висновки дослідження і подальші перспективи. У перший тиждень червня 2025 року у фокус матеріалів The Wall Street Journal у розділі «Світ» потрапляє українська спецоперація «Павутина» – атака українськими безпілотниками 4-х російських аеродромів і ураження стратегічної авіації ворога. У наративі міжнародного видання стосовно цих подій фігурують мовні стратегії, де інтегровано глибокий мовний фреймінг та сучасні мультимедійні технології. Застосування у текстовому наративі WSJ риторичних компонентів: деталізація фактів, конструкції з підтвердженням, оціночні судження, як правило фігурує у матеріалах про трансформацію військового важеля сил у світовій конфігурації. Використання мультимедійного інструментарію: відео, інтерактивні компоненти на базі ШІ, анімовані текстові фрагменти до відео, підсилює текстовий наратив, оскільки є підтвердженням подієвих фактів – атаки безпілотників та її результатів – знищення літаків країни-терориста.

Література:

1. Бондаренко, К. Л., Бурлака, В. С., Єршова, А. А. Корпусне дослідження медіаобразу «Україна» в американських новинних текстах. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*, 2024. (209), 45–51. <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2024-209-6> (дата звернення: 11.06.2025)
2. Деренчук Н. Особливості формування маніпулятивної стратегії в українському політичному дискурсі.
3. Дребницька К. Аналітика сучасних мовних стратегій освіти України. *Вісник Інституту розвитку дитини. Сер.: Філософія, педагогіка, психологія*. Київ. 2013. 28, 26–31. URL: http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:54KGXIiER9MJ:scholar.google.com/+%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D1%96+%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97+&hl=uk&as_sdt=0,5 (дата звернення: 11.06.2025).
4. Коротич К. Комунікативні стратегії погрози та подолання страху в дискурсі української преси ХХ–ХХІ століть: мовні механізми впливу на реципієнта. *Вісник Львівського університету. Серія філоло-*

зічна 46. Львів, 2009. URL: https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:-K1HmQ1HKI0J:scholar.google.com/+%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D1%96+%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97+&hl=uk&as_sdt=0,5 (дата звернення: 11.06.2025)

5. Daniel Michaels. Ukraine's Drone Attack Exposes Achilles' Heel of Military Superpowers. *The Wall Street Journal*. URL: https://www.wsj.com/world/ukraines-drone-attack-exposes-achilles-heel-of-military-superpowers-75d1d79c?mod=europe_news_article_pos4 (дата звернення: 7.06.2025)

6. Daniel Michaels, Jane Lytvynenko. Ukraine's Stunning Assault Roils Russia's Global Military Strategy. *The Wall Street Journal*. URL: https://www.wsj.com/world/ukraines-stunning-assault-upends-russias-global-military-strategy-094f8c1c?mod=article_inline (дата звернення: 7.06.2025)

7. James Marson, Jane Lytvynenko, Brenna T. Smith, Serhii Bosak. Inside the Ukrainian Drone Operation That Devastated Russia's Bomber Fleet. *The Wall Street Journal*. URL: https://www.wsj.com/world/ukraine-russia-drone-attack-bombers-cc77e534?mod=article_inline (дата звернення: 7.06.2025)

8. James Marson, Jane Lytvynenko, Brenna T. Smith. The Ukrainian Spy Agency Behind the Stunning Strike on Russia's Bomber Fleet. *The Wall Street Journal*. URL: https://www.wsj.com/world/ukraine-spy-sbu-russia-drone-attack-f78f9713?mod=europe_more_article_pos2 (дата звернення: 7.06.2025)

9. Jane Lytvynenko. Ukraine Says It Destroyed Dozens of Warplanes Deep Inside Russia. *The Wall Street Journal*. URL: https://www.wsj.com/world/russia/ukraine-says-its-drones-destroyed-warplanes-deep-inside-russia-50a634c6?mod=article_inline (дата звернення: 7.06.2025)

10. Watch: Ukraine Attacks Key Bridge Connecting Russia to Crimea. *The Wall Street Journal*. URL: https://www.wsj.com/video/watch-ukraine-attacks-key-bridge-connecting-russia-to-crimea/E05DE4CD-C20A-452D-8898-EFA15C1332C3?mod=europe_videos_pos3 (дата звернення: 7.06.2025)

УДК 323.28:004.9:070

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.2.7>**Станіслав МІРОШНИЧЕНКО**

аспірант кафедри журналістики,

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,

stas_ukraina@ukr.net

ORCID: 0009-0005-1066-6257

**ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ДЛЯ ДОКУМЕНТУВАННЯ ВОЄННИХ ЗЛОЧИНІВ:
СПІЛЬНИЙ ПІДХІД ЖУРНАЛІСТИКИ ТА ПРАВОЗАХИСТУ**

Актуальність дослідження зумовлена нагальною потребою забезпечення достовірної фіксації воєнних злочинів із використанням цифрових технологій, здатних відповідати стандартам доказовості, прийнятним у міжнародному правосудді. В умовах повномасштабної збройної агресії Росії проти України важливого значення набуває синергія між журналістськими розслідуваннями та правозахисним аналізом, яка дозволяє забезпечити не лише оперативність збору фактів, але і їхню правову легітимність. Метою дослідження є обґрунтування ролі цифрових технологій як інструменту фіксації, збереження і трансформації доказової інформації про воєнні злочини в умовах міжсекторальної взаємодії журналістів і правозахисників, а також розробка науково обґрунтованих підходів до підвищення ефективності цієї співпраці. Методологія дослідження охоплює системний аналіз функціонування цифрових платформ, визначення основних функцій кожного інструменту, узагальнення механізмів інтеграції свідчень до доказової бази, а також застосування критико-аналітичного методу для виявлення проблем і пошуку ефективних рішень. Особлива увага приділяється типологізації цифрових практик та їхньому оцінюванню в міждисциплінарному контексті. Результати дослідження підтверджують, що міжсекторальна співпраця підвищує точність верифікації цифрових доказів, сприяє дотриманню вимог доказової валідності та знижує ризики фрагментації інформації. Виявлено значний потенціал інтегрованих технологічних рішень для створення надійного цифрового сліду, придатного для судового аналізу. Висновки засвідчують, що важливим чинником успішного цифрового документування є не лише технологічна доступність, а й методична узгодженість збору, перевірки й архівування матеріалів. Перспективи подальших досліджень пов'язані з поглибленим вивченням механізмів автоматизованої класифікації цифрових свідчень, розробленням універсальних протоколів етичної взаємодії і тестуванням моделей адаптивної верифікації для платформ із відкритим доступом.

Ключові слова: цифрові докази, верифікація інформації, журналістські розслідування, цифрова журналістика, міжсекторальна взаємодія, етична відповідальність, документування воєнних злочинів.

**Stanislav Miroshnichenko. THE USE OF DIGITAL TECHNOLOGIES FOR DOCUMENTING WAR
CRIMES: A COLLABORATIVE APPROACH BETWEEN JOURNALISM AND HUMAN RIGHTS
ADVOCACY**

The relevance of the study is determined by the urgent need to ensure reliable recording of war crimes using digital technologies that meet the standards of evidence accepted in international justice. In the context of full-scale armed aggression in Ukraine, the synergy between journalistic investigations and human rights analysis is of great importance, as it ensures not only the prompt collection of facts, but also their legal legitimacy. The aim of the study is to substantiate the role of digital technologies as a tool for recording, preserving, and transforming evidence of war crimes in the context of cross-sectoral interaction between journalists and human rights defenders, as well as to develop scientifically sound approaches to improving the effectiveness of this cooperation. The research methodology is based on a comprehensive approach that includes a systematic analysis of the functioning of digital platforms, the identification of the main functions of each tool, the generalization of mechanisms for integrating evidence into the evidence base, and the application of a critical-analytical method to identify problems and find effective solutions. Particular attention is paid to the typology of digital practices and their evaluation in an interdisciplinary context. The results of the study confirm that cross-sectoral cooperation increases the accuracy of digital evidence verification, promotes compliance with evidence validity requirements, and reduces the risks of information fragmentation. The significant potential of integrated technological solutions for creating a reliable digital footprint suitable for forensic analysis has been revealed. The conclusions confirm that an important factor in successful digital documentation is not only technological accessibility, but also the methodological consistency of the processes of collecting, verifying, and archiving materials. Prospects for further research are related to an in-depth study of the mechanisms of automated classification of digital evidence, the development of universal protocols for ethical interaction, and the testing of adaptive verification models for open access platforms.

Key words: digital evidence, information verification, investigative journalism, digital journalism, cross-sectoral cooperation, ethical accountability, war crimes documentation.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасних умовах повномасштабної війни особливої актуальності набуває проблема ефективного документування воєнних злочинів, що скоюються на тимчасово окупованих територіях та в зоні активних бойових дій. Відсутність централізованого доступу до доказової бази, ризик втрати або спотворення інформації, а також обмежені можливості оперативного реагування ускладнюють виконання завдань, пов'язаних із забезпеченням правосуддя та міжнародного моніторингу порушень прав людини. У цьому контексті постає нагальна потреба у впровадженні сучасних цифрових технологій, які здатні не лише підвищити точність фіксації фактів порушень, але й гарантувати збереження, автентичність і юридичну валідність цифрових матеріалів. Особливу роль у цьому процесі відіграє взаємодія між представниками журналістики й правозахисного сектору, оскільки об'єднання їхніх ресурсів, експертизи та етичних підходів забезпечує комплексний, прозорий і технологічно обґрунтований підхід до збору доказів. Науковий інтерес до цієї проблеми полягає в дослідженні цифрових інструментів верифікації даних, аналізі механізмів трансформації журналістських розслідувань в елемент доказування, а також у вивченні нормативно-правових меж їхнього використання в судах. Практичне значення полягає в розробці технологічних рішень, що здатні адаптуватися до потреб як журналістів, так і правозахисників, забезпечуючи оперативність, безпечність і достовірність передачі зібраної інформації до національних і міжнародних інституцій правосуддя. Таким чином, поєднання цифрових інструментів, журналістських підходів та правозахисних методик утворює новий міждисциплінарний вимір, що вимагає системного наукового осмислення й інтеграції в правозастосовну та інформаційну практики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз сучасних досліджень щодо використання цифрових технологій для документування воєнних злочинів у контексті міждисциплінарної взаємодії журналістики та правозахисної діяльності дозволяє виокремити чотири основні змістові напрями.

Перший охоплює праці, пов'язані з концептуалізацією ролі цифрових платформ як середовища для збору, фіксації та поширення доказів воєнних злочинів. Функціонування соціальних мереж як оперативного каналу комунікації, що дозволяє залучати користувачів до створення цифрових свідчень із місць

подій і підсилює ефект колективного свідчення, підкреслюють О. Юрченко, Т. Лисенко та О. Сохацький [7]. Досвід використання українських медіаплатформ для цілеспрямованого збору доказів порушень, зазначаючи посилення ролі візуального контенту в журналістських розслідуваннях, описує М. Худошник [6]. На подвійній ролі цифрових медіа (як засобу мобілізації правозахисних зусиль і як середовища ризику через можливі маніпуляції та травматизацію аудиторії) наголошує С. Грегорі (S. Gregory) [15].

Другий напрям наукових напрацювань стосується технічних підходів до збору й верифікації доказів, зокрема із застосуванням OSINT та штучного інтелекту. Алгоритми відкритої розвідки, що дозволяють визначати геолокацію подій, хронологію злочинів та джерело походження медіаконтенту, аналізують М. Тома та О. Василюва [4]. Національні практики цифрової фіксації злочинів описує В. Негребецький, наголошуючи на важливості створення безпечних цифрових архівів і правового закріплення алгоритмів їхнього використання [3]. Модель залучення алгоритмів штучного інтелекту до аналізу супутникових знімків, відео та аудіо як доказів міжнародних злочинів представляє Л. Фрімен (L. Freeman) [14].

Третій напрям наукових розвідок присвячено міжсекторальній співпраці журналістських і правозахисних структур для забезпечення юридичної придатності цифрових доказів. У монографії «Digital witness: using open source information for human rights investigation, documentation, and accountability» представлено цілісний підхід до документування воєнних злочинів, де журналістика, OSINT-аналітика і правова експертиза взаємодіють у межах єдиної доказової стратегії [12].

Потребу у створенні уніфікованих протоколів перевірки, зберігання і юридичного впровадження цифрових даних у процесах міжнародного правосуддя підкреслюють А. Кеніг (A. Koenig), Е. Ірвінг (E. Irving), Й. МакДермотт (Y. McDermott) і Д. Мюррей (D. Murray) [18]. Трансформацію журналістики під впливом технологій аналізує Р. Пендрі (R. Pendry), акцентуючи на появі нових форматів (інтерактивних репортажів, дрон-журналістики) як засобів цифрової етики й точності [21].

Четвертий напрям досліджень стосується епістемологічних та етичних вимірів цифрової журналістики й OSINT-практик під час збройних конфліктів. Роль емоцій у роботі OSINT-журналістів аналізують Й. Котішова (J. Kotišová) та Л. ван дер Вельден (L. van der

Velden) [19]. Особливості візуальної війни в цифрових медіа досліджує С. Аллан (S. Allan), наголошуючи на зміні стандартів візуального свідчення й формуванні нових етичних дилем під час висвітлення насильства [8]. Специфіку дистанційної журналістики у воєнний час розглядають Б. Крістенсен (B. Christensen) і А. Халіл (A. Khalil), зазначаючи, що нові технології одночасно розширюють і ускладнюють комунікацію журналістів із джерелами та аудиторією [10]. Інформаційні війни як частину сучасних збройних конфліктів вивчає Ф. Сейб (P. Seib), підкреслюючи важливість розрізнення журналістського контенту й дезінформаційних наративів у цифровому середовищі [25]. Роль інтерактивного документального жанру в зміні форми воєнного свідчення описує Д. Даулінг (D. Dowling), доводячи, що візуальні наративи здатні впливати на суспільну емпатію та активізм [13].

Отже, науковий дискурс щодо використання цифрових технологій під час документування воєнних злочинів розвивається в кількох взаємопов'язаних напрямках. Ідеться про дослідження особливостей соціальних платформ як середовища для збору доказів, аналіз технічних інструментів фіксації, вивчення механізмів міжсекторальної взаємодії журналістів і правозахисників, а також етичне осмислення природи цифрового свідчення. Попри посилену увагу до цифрових методів документування порушень міжнародного гуманітарного права, досі залишаються нерозв'язаними основні проблеми, що ускладнюють формування єдиної доказової системи. Зокрема, недостатньо вивчено механізми взаємодії журналістських і правозахисних структур у контексті різних методологічних стандартів, не розроблено універсальних протоколів верифікації та архівації цифрових доказів, бракує емпіричних досліджень щодо впливу етичних і технічних обмежень на легітимність зібраної інформації. Існує також потреба в глибшому аналізі правових, інфраструктурних і комунікаційних перешкод, що заважають ефективному впровадженню цифрових рішень у транснаціональну практику.

Запропоноване дослідження спрямоване на усунення окреслених прогалин шляхом системного аналізу наявних інструментів і практик, розробки уніфікованого підходу до міжсекторальної співпраці, а також формування практичних рекомендацій інтеграції цифрових платформ.

Мета статті – дослідити можливості цифрових технологій як інструменту фіксації, збереження і трансформації доказової інформації про воєнні злочини в умовах співпраці

журналістів і правозахисників, а також визначити науково обґрунтовані підходи до підвищення ефективності цієї взаємодії.

Завдання статті:

1) проаналізувати методологічні особливості застосування цифрових технологій під час документування воєнних злочинів журналістами й правозахисниками;

2) оцінити ефективність міжсекторальної взаємодії для забезпечення доказової придатності цифрових свідчень у міжнародному судочинстві;

3) визначити перешкоди цифрової інтеграції та сформулювати рекомендації щодо уніфікації інструментів і протоколів співпраці.

Виклад основного матеріалу. Документування порушень міжнародного гуманітарного права є одним із основних інструментів забезпечення справедливості та притягнення винних до відповідальності. У цьому процесі журналісти й правозахисники відіграють взаємодоповнювальні, але методологічно різні ролі. Журналістика зосереджується на швидкому зборі, перевірці та публікації інформації з метою інформування суспільства, тоді як правозахисні організації орієнтуються на системне документування з дотриманням стандартів юридичної верифікації та подальшої доказової придатності матеріалів. Цифрові технології значно змінили конфігурацію цього процесу: вони дозволили фіксувати порушення в режимі реального часу, зберігати інформацію в умовах обмеженого доступу та швидко передавати її національним або міжнародним структурам. Проте між цими двома підходами існує низка розбіжностей, що потребують скоординованих дій для формування ефективного та етичного інструментарію документування. У таблиці узагальнено основні особливості використання цифрових технологій журналістами та правозахисниками (табл. 1).

Наведені в таблиці 1 особливості журналістського та правозахисного підходів до документування воєнних злочинів свідчать про різні цілі, етичні пріоритети й технологічні рішення, що використовуються обома сторонами. У сучасній практиці їхня взаємодія дедалі частіше базується на використанні спільних цифрових інструментів, що забезпечують як оперативність збору інформації, так і її правову придатність [21, с. 1040]. Зокрема, журналісти-розслідувачі Bellingcat застосовують методи OSINT у поєднанні з геопросторовим аналізом та верифікацією візуального контенту для виявлення фактів обстрілів цивільної інфраструктури в Україні, які пізніше стають підґрунтям для пра-

Таблиця 1

**Особливості використання цифрових технологій журналістами та правозахисниками
під час документування воєнних злочинів**

Критерій порівняння	Журналістський підхід	Правозахисний підхід
Основна мета	Оперативне інформування суспільства	Формування доказової бази для правоохоронців і суду
Тип зібраної інформації	Відео, фото, свідчення очевидців, аналіз відкритих джерел	Свідчення, опитування, геоприв'язка, медичні дані
Використання технологій	Геолокація, мобільна зйомка, соцмережі, OSINT	Захищене зберігання, криптографія, інструменти верифікації (e.g. eyeWitness to Atrocities)
Вимоги до верифікації	Базова фактологічна перевірка, кросджерела	Високий рівень підтвердження, юридична валідність
Етичні пріоритети	Принцип неупередженості, суспільна значущість	Згода, безпека свідків, конфіденційність

Джерело: сформовано автором на підставі [4, с. 907; 12, с. 222–225; 10, с. 175–176].

возахисних звітів [20]. Наприклад, Amnesty International публікує докладні звіти про катування, примусове переміщення цивільних та інші злочини, що кваліфікуються як злочини проти людяності [28], а також збирає цифрові матеріали, які відповідають стандартам Berkeley Protocol on Digital Open Source Investigations – міжнародного документа, що встановлює критерії правової допустимості та цифрової верифікації доказів [9]. У цьому протоколі окреслено методологічні засади збереження метаданих, ланцюга збереження (chain of custody) та контекстуальної точності, які є важливими для доведення правопорушень у судових інстанціях. Такий підхід уже демонструє свою ефективність: за даними правозахисної коаліції «Україна. П'ята ранку», цифрові докази, зібрані згідно з протоколом Berkeley, прийняті Офісом Прокурора Міжнародного кримінального суду в межах попереднього розгляду подій в Україні [9]. Окремо відзначимо практику тренінгів і програм навчання з документування, які проводить Українська Гельсінська спілка з прав людини (далі – УГСПЛ) для польових працівників і локальних активістів [1]. Таким чином, сучасна практика вимагає не лише технічної грамотності користувачів цифрових інструментів, а й глибокого розуміння етичних та юридичних стандартів, що регулюють трансформацію цифрового контенту в допустимі докази. На стику журналістських даних та їхнього опрацювання правозахисниками формується новий рівень доказовості, що має вирішальне значення для встановлення істини у справах про воєнні злочини.

Цифрові докази, зібрані в контексті воєнних дій, можуть відігравати вирішальну роль під час притягнення до відповідальності за воєнні злочини, злочини проти людяності та геноцид. Водночас важливим викликом є

забезпечення їхньої достовірності, цілісності та правової допустимості [7, с. 997]. У міжнародній правозахисній та журналістській практиках застосовуються комплексні цифрові інструменти, які покликані не лише спростити збір даних, а й гарантувати верифікацію їхнього походження, безпеку передавання та довготривале зберігання. На відміну від традиційних методів документування, що базуються на паперових джерелах або усних свідченнях, цифрові матеріали часто не мають очевидного джерела і контексту, а тому потребують відповідної технологічної обробки. Сучасні технології охоплюють використання криптографії, хмарного зберігання з розмежованим доступом, інструментів автоматичної фіксації метаданих, геолокації та систем верифікації відео- та фотоконтенту. Ці інструменти перебувають на стику захисту даних, етичних норм збору інформації та дотримання вимог міжнародного права. У таблиці 2 наведено найпоширеніші технологічні рішення, що використовуються в практиці цифрового документування.

У практиці міжнародних і українських правозахисних ініціатив ці інструменти дедалі активніше застосовуються в контексті збройної агресії Російської Федерації проти України. Зокрема, додаток eyeWitness to Atrocities використовується представниками польових дослідницьких груп для фіксації злочинів проти цивільного населення [12, с. 220]. Зібрані за його допомогою матеріали вже прийняті як докази в щонайменше чотирьох судових провадженнях в Україні, що підтверджує їхню процесуальну допустимість на національному рівні. Водночас відповідність цих матеріалів міжнародним стандартам цифрової верифікації й збереження дозволяє використовувати їх як доказову базу в межах розслідувань Міжнародного кримінального суду та

Таблиця 2

**Основні цифрові інструменти для верифікації, зберігання та передачі доказів
воєнних злочинів**

Інструмент/ сервіс	Основна функція	Особливості використання	Юридична придатність
eyeWitness to Atrocities	Збір і захист відеодоказів	Додаток із автоматичним записом метаданих, геолокації, часу	Високий рівень допустимості в міжнародних судах
Amnesty Decoder	Верифікація масових даних	Краудсорсингова платформа для аналізу супутникових зображень, фото, відео	Допоміжна, особливо для геоприв'язки та аналізу масштабів
Tella	Збір польових свідчень	Мобільний додаток із локальним шифруванням і захистом джерел	Придатний для правозахисних звітів за умови повної верифікації
Hunchly	Документування OSINT-досліджень	Фіксація дій журналіста при веброзслідуваннях із цифровим підписом	Допоміжна роль, підвищення прозорості процесу збору
Uwazi	Архівація та аналіз доказів	Хмарна система баз даних для зберігання й структурування доказової інформації	Висока придатність при супроводі правозахисних справ

Джерело: сформовано автором на підставі [6, с. 14; 12, 220–221; 21, с. 1035].

інших міжнародних інституцій [27]. Amnesty International застосовує інструмент Amnesty Decoder [11] для обробки супутникових знімків і цифрових даних у випадках масштабних ударів по об'єктах цивільної інфраструктури, зокрема в Дніпрі та Харкові, що дало змогу підтвердити факти злочинів проти людяності [23]. Мобільний застосунок Tella [24] забезпечує безпечний збір свідчень на тимчасово окупованих територіях, дозволяючи зберігати дані локально та шифрувати їх у разі конфіскації пристрою, що мінімізує ризик викриття свідків та дослідників. Такий підхід активно використовується українськими правозахисниками для фіксації злочинів у Запорізькій і Луганській областях. Журналісти-розслідувачі Bellingcat послуговуються Hunchly для створення цифрового лог-файлу (журналу) OSINT-дослідження, що дозволяє відтворити повну картину джерел інформації та підтвердити достовірність цифрових слідів навіть у разі судового розгляду [22]. Водночас система Uwazi [29], створена організацією HURIDOCs, використовується УГСПЛ для архівації свідчень про руйнування об'єктів охорони здоров'я та освіти, зокрема в Ізюмі, Маріуполі та Тростянці [17]. Структурований підхід до накопичення та класифікації цифрових доказів у межах цієї системи дозволяє формувати узагальнені аналітичні звіти, які потім використовуються як основа для правових подань до Міжнародного кримінального суду. Таким чином, застосування сучасних цифрових технологій для збору, верифікації та зберігання доказів забезпечує не лише оперативність, але й юридичну ефективність у боротьбі з безкарністю воєнних злочинців.

У міжнародному судочинстві питання цілісності та юридичної придатності цифрових свідчень про воєнні злочини набуває особливої ваги. В умовах бойових дій в Україні, коли доступ до місць подій обмежений, а ризик знищення джерел високий, важливим чинником достовірного збору доказів є міжсекторальна взаємодія журналістів і правозахисників. Така співпраця поєднує оперативність журналістського реагування з процесуальними стандартами правозахисного документування. Журналісти забезпечують первинну фіксацію подій і публічність, а правозахисники – верифікацію, контекстуалізацію та юридичну адаптацію. У таблиці 3 представлено внесок обох секторів і їхній синергійний потенціал у забезпеченні цілісності цифрових доказів.

Приклад коаліції «Україна. П'ята ранку» наочні демонструє ефективність взаємодії правозахисних організацій і журналістів під час збору та первинної юридичної кваліфікації свідчень для подальшого їх подання до Міжнародного кримінального суду. Учасники коаліції не лише систематизують інформацію про воєнні злочини, але й стандартизують процеси верифікації, зокрема щодо авторства, хронології подій та джерел походження цифрових матеріалів, що відповідає принципам Berkeley Protocol [5]. Ініціатива The Reckoning Project об'єднує журналістів, юристів і аналітиків у створенні доказових досьє, які ґрунтуються на польових розслідуваннях та одразу адаптуються до судових процедур, підвищуючи ефективність міжсекторального документообігу [16]. Практичний вимір такої взаємодії також ілюструється тренінгами, організованими Національною

Таблиця 3

Міжсекторальна співпраця у фіксації воєнних злочинів: роль журналістів і правозахисників

Етап роботи з цифровими доказами	Внесок журналістів	Внесок правозахисників	Потенціал співпраці
Первинна фіксація подій	Оперативне отримання відео, фото, свідчень; геолокація	Збір показань за стандартами опитування; фіксація контексту	Відтворення події з урахуванням хронологічної послідовності та просторової локалізації
Верифікація та автентифікація	OSINT, геопросторовий аналіз, кросперевірка	Аналіз метаданих, підтвердження через додаткові джерела	Підвищення достовірності через багаторівневу перевірку
Стандарти збереження доказів	Тимчасове зберігання в редакціях, відкритих сховищах	Захищені архіви, дотримання chain of custody	Юридична сумісність при підготовці до судового використання
Використання в судовому процесі	Непряма участь через публікації	Пряма участь у підготовці кейсів, подання до судів	Інтеграція журналістських матеріалів у юридичні справи
Етичні аспекти	Публічність, суспільний інтерес	Конфіденційність, захист постраждалих	Збалансоване представлення інформації з дотриманням прав

Джерело: сформовано автором на підставі [15, с. 385; 18, с. 4–5].

спільною журналістів України в партнерстві з правозахисними ініціативами: журналісти з прифронтових територій здобувають навички збору цифрових доказів із урахуванням юридичних вимог та етичних ризиків [26]. Співпраця з аналітичною платформою Bellingcat сприяє впровадженню стандартів OSINT у польове документування: зібрані журналістами матеріали проходять перевірку за допомогою супутникових зображень, геолокацій та цифрової реконструкції, після чого передаються правозахисним структурам для юридичної класифікації [30]. Така інтеграція секторів дозволяє не лише покращити якість доказової бази, а й мінімізувати ризики неповноти або недопустимості інформації в межах міжнародного судочинства.

Впровадження цифрових рішень у спільну діяльність журналістів і правозахисників супроводжується низкою системних обмежень, що знижують ефективність документування воєнних злочинів у правовому полі. Однією з основних проблем є етична вразливість цифрових свідчень, зокрема ризики повторної травматизації постраждалих, розкриття конфіденційної інформації та неналежного використання персональних даних у публічному медійному просторі [6, с. 16]. Ці ризики посилюються відсутністю єдиного етичного протоколу взаємодії між галузями, що ускладнює узгодження підходів до обробки чутливої інформації. Технічна несумісність між інструментами, які застосовуються журналістами та правозахисниками, створює фрагментованість цифрових

потоків даних і унеможливорює автоматизовану інтеграцію архівів для подальшої аналітичної обробки або передачі міжнародним інститутам [15, с. 389]. Відсутність відкритих інтерфейсів, розбіжності в системах метаданих та шифрування обмежують масштабованість технічних рішень і спричиняють втрату доказового ланцюга. Не менш важливим чинником є недосконале національне й міжнародне правове регулювання щодо допустимості цифрових матеріалів у процесуальному праві [18, с. 6]. Залишається неврегульованим питання правового статусу цифрових платформ, зібраних за участю недержавних суб'єктів, а також розподіл відповідальності за автентичність збереженої інформації [25, с. 172]. У підсумку зазначені обмеження формують ризик недовіри до цифрових свідчень і знижують їхню доказову силу в судовій практиці.

Для підвищення достовірності та легітимності цифрових свідчень у справах щодо воєнних злочинів доцільно впроваджувати інтегровані цифрові платформи, які забезпечують уніфіковані протоколи збору, верифікації та збереження інформації. На практиці це передбачає створення єдиних реєстраційних шаблонів із обов'язковою фіксацією метаданих, джерела, геолокації та обставин фіксації. Рекомендовано впровадити обмежений спільний доступ до зашифрованих матеріалів із розподілом прав на редагування й коментування, що дозволить забезпечити дотримання chain of custody без порушення конфіденційності. Варто передбачити технічну підтримку

з боку незалежних хостинг-платформ, які відповідають міжнародним вимогам цифрової безпеки. Важливим є закріплення механізмів погодження між журналістськими та правозахисними структурами щодо стандартів роботи з вразливими свідками, включаючи протоколи відкладеної публікації, анонімізації та юридичної експертизи контенту. Рекомендовано формалізувати співпрацю у вигляді меморандумів або типових угод, які визначають сферу відповідальності сторін, способи обміну даними та правила їх правового використання. Такі інструменти сприятимуть зменшенню фрагментації в інформаційних потоках, уніфікації доказових стандартів і підвищенню процесуальної цінності цифрових матеріалів у межах міжнародного правосуддя.

Висновки. У результаті дослідження встановлено, що ефективне документування воєнних злочинів у цифровому форматі можливе лише за умови скоординованої взаємодії журналістських і правозахисних ініціатив. Такий підхід забезпечує поєднання оперативного збору інформації та її юридичної верифікації з дотриманням стандартів доказовості.

Доведено, що застосування платформ Uwazi, eyeWitness to Atrocities, Tella та Amnesty Decoder сприяє збереженню автентичності цифрових матеріалів і посиленню їхньої легітимності в міжнародному правосудді.

Виявлено основні проблеми, до яких належать технічна несумісність інструментів, ризики розголошення чутливої інформації, відсутність єдиних етичних стандартів та нормативна неврегульованість правового статусу цифрових доказів. Це суттєво обмежує можливість системного використання зібраних матеріалів у судовій практиці.

Рекомендовано впровадити інтегровані платформи з уніфікованими протоколами збору та зберігання даних, зафіксувати формат співпраці між журналістами та правозахисниками у вигляді меморандумів, а також розробити спільні етичні стандарти. Перспективи подальших досліджень охоплюють розширення правового аналізу статусу цифрових доказів, моделювання техніко-юридичних процедур їх верифікації та впровадження інструментів штучного інтелекту для аналізу масивів цифрових свідчень.

Література:

1. Близько 30 учасників пройшли тренінг УГСПЛ з документування воєнних злочинів. *УГСПЛ: вебсайт*. 2023. URL: <https://www.helsinki.org.ua/articles/blyzko-30-chasnykiv-proyshly-treninh-uhspl-z-dokumentuvannia-voiennykh-zlochyniv/> (дата звернення: 24.05.2025).
2. Належне документування злочинів – основа для майбутньої справедливості: Коаліція “Україна. П’ята ранку” про підсумки року. *ZMINA: вебсайт*. 2023. URL: <https://zmina.ua/en/event-en/proper-documentation-of-crimes-underpins-future-justice-ukraine-5am-coalition-reports-on-results-of-one-year-of-full-scale-invasion/> (дата звернення: 24.05.2025).
3. Негребецький В. Інформаційні технології в розслідуванні і документуванні воєнних злочинів проти народу України. Актуальні питання права та соціально-економічних відносин. 2023. № 1. С. 219–222. URL: <https://vmurol.kr.ua/wp-content/uploads/2023/12/збірник-виправлено.pdf#page=221> (дата звернення: 25.05.2025).
4. Тома М. Г., Василюва О. В. Інструменти OSINT: фіксація воєнних злочинів в Україні. Аналітично-порівняльне правознавство. 2025. № 2. С. 905–909. DOI: 10.24144/2788-6018.2025.02.134
5. «Україна. П’ята ранку»: в Україні запрацювала коаліція з документування воєнних злочинів. *ZMINA: вебсайт*. 2022. URL: <https://zmina.ua/en/event-en/ukraine-5-am-coalition-devoted-to-documenting-war-crimes-is-launched-in-ukraine/> (дата звернення: 24.05.2025).
6. Худошник М. Медіаплатформи збору свідчень війни: український досвід. Актуальні питання масової комунікації. 2023. Вип. 34. С. 12–17. URL: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=1274311> (дата звернення: 25.05.2025).
7. Юрченко О. А., Лисенко Т. А., Сохацький О. Ю. Роль соціальних мереж та інших цифрових платформ у комунікації під час війни. Наукові інновації та передові технології. 2024. Вип. 7. №. 35. С. 990–1001. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-7\(35\)-990-1001](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-7(35)-990-1001)
8. Allan S. Visual war journalism. *Digital Journalism*. 2025. Vol. 13. № 1. P. 1–17. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2443153>
9. Berkeley Protocol on Digital Open Source Investigations: A Practical Guide on the Effective Use of Digital Open Source Information in Investigating Violations of International Criminal, Human Rights and Humanitarian Law. *United Nations: website*. 2022. URL: <https://www.ohchr.org/en/publications/policy-and-methodological-publications/berkeley-protocol-digital-open-source> (date of access: 25.05.2025).
10. Christensen B., Khalil A. Reporting conflict from afar: Journalists, social media, communication technologies, and war. *Journalism and Safety*. Routledge, 2024. P. 171–189. URL: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781032705750-12> (date of access: 25.05.2025).

11. Designing Amnesty Decoders: How We Design Data-Driven Research Projects. *Citizen Evidence Lab: website*. 2020. URL: <https://citizenevidence.org/2020/10/09/designing-amnesty-decoders-how-we-design-data-driven-research-projects/> (date of access: 25.05.2025).
12. Digital witness: using open source information for human rights investigation, documentation, and accountability / S. Dubberley, A. Koenig, D. Murray (Eds.). Oxford University Press, 2020. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=Q6rDDwAAQBAJ> (date of access: 25.05.2025).
13. Dowling D. O. Interactive documentary and the reinvention of digital journalism, 2015–2020. *Convergence*. 2022. Vol. 28. №3. P. 905–924. DOI: <https://doi.org/10.1177/13548565211059426>
14. Freeman L. Weapons of war, tools of justice: using artificial intelligence to investigate international crimes. *Journal of International Criminal Justice*. 2021. Vol. 19. № 1. P. 35–53. DOI: <https://doi.org/10.1093/jicj/mqab013>
15. Gregory S. Cameras everywhere revisited: How digital technologies and social media aid and inhibit human rights documentation and advocacy. *Journal of Human Rights Practice*. 2019. Vol. 11. № 2. P. 373–392. DOI: <https://doi.org/10.1093/jhuman/huz022>
16. Holding Russia to Account for War Crimes in Ukraine. *Vanity Fair: website*. 2022. URL: <https://www.vanityfair.com/news/2022/08/holding-russia-to-account-for-war-crimes-in-ukraine> (date of access: 25.05.2025).
17. Hospitals and schools destroyed by Russian troops. The Ukrainian Helsinki Union presented a report on the two years of the war. *Babel: website*. 2024. URL: <https://babel.ua/en/news/107356-hospitals-and-schools-destroyed-by-russian-troops-the-ukrainian-helsinki-union-presented-a-report-on-the-two-years-of-the-war> (date of access: 25.05.2025).
18. Koenig A., Irving E., McDermott Y., Murray D. New technologies and the investigation of international crimes: An introduction. *Journal of International Criminal Justice*. 2021. Vol. 19. № 1. P. 1–7. DOI: <https://doi.org/10.1093/jicj/mqab040>
19. Kotišová J., van der Velden L. The affective epistemology of digital journalism: emotions as knowledge among on-the-ground and OSINT media practitioners covering the Russo-Ukrainian war. *Digital Journalism*. 2025. Vol. 13. № 3. P. 378–397. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2273531>
20. Notes from the Digital Field: Ethical Dilemmas in Open Source Research. *Bellingcat: website*. 2023. URL: <https://www.bellingcat.com/resources/2023/09/18/notes-from-the-digital-field-ethical-dilemmas-in-open-source-research/> (date of access: 25.05.2025).
21. Pendry R. New Technology, War, and Human Rights Reporting. *Handbook of Global Media Ethics*. Springer, Cham. 2021. P. 1031–1047. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-32103-5_51
22. Russia's Assault on Daily Life in Ukraine. *Bellingcat: website*. 2023. URL: <https://www.bellingcat.com/news/2023/02/24/russias-assault-on-daily-life-in-ukraine/> (date of access: 25.05.2025).
23. Russian strikes amounting to war crimes continue to kill and injure children. *Amnesty International: website*. 2024. URL: <https://www.amnesty.org/en/latest/news/2024/11/ukraine-russian-strikes-amounting-to-war-crimes-continue-to-kill-and-injure-children/> (date of access: 25.05.2025).
24. Secure mobile documentation for human rights defenders. *Tella: website*. URL: <https://landingpage.tella.com/> (date of access: 25.05.2025).
25. Seib P. Information at war: journalism, disinformation, and modern warfare. John Wiley & Sons, 2021. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=bpU2EAAAQBAJ> (date of access: 25.05.2025).
26. The main thing is to do no harm: journalists trained to document war crimes. The National Union of Journalists of Ukraine: *website*. 2023. URL: <https://nuju.org.ua/the-main-thing-is-to-do-no-harm-journalists-trained-to-document-war-crimes/> (date of access: 25.05.2025).
27. Ukraine resources hub. *eyeWitness: website*. 2025. URL: <https://www.eyewitness.global/ukraine-resources-hub.html> (date of access: 25.05.2025).
28. Ukraine: Ill-treatment of Ukrainians in Russian captivity amounts to war crimes and crimes against humanity. *Amnesty International: website*. 2025. URL: <https://www.amnesty.org/en/latest/news/2025/03/russia-ukraine-ill-treatment-of-ukrainians-in-russian-captivity-amounts-to-war-crimes-and-crimes-against-humanity/> (date of access: 25.05.2025).
29. Uwazi: Database software for human rights defenders. *HURIDOCS: website*. URL: <https://huridocs.org/technology/uwazi/> (date of access: 25.05.2025).
30. Who We Are. *Bellingcat: website*. URL: <https://www.bellingcat.com/about/who-we-are/> (date of access: 25.05.2025).

УДК 001.893:070

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.2.8>**Марія ПАВЛЮХ**

старший викладач кафедри міжнародної інформації,
Національний університет «Львівська політехніка»,
mariia.v.pavliukh@lpnu.ua

ORCID: 0000-0001-5502-8367

**ОБРАЗ ЖІНКИ НА ШПАЛЬТАХ ВИДАНЬ СЕВЕРИНА ШЕХОВИЧА
«ЛАДА» (1853) І «РУСАЛКА» (1868): АНАЛІЗ ПРОБЛЕМАТИКИ**

Важливими аспектами у дослідженні гендерного руху в Україні є аналіз друкованих матеріалів жіночих видань, які формували громадську думку на тему жіночого питання у XIX столітті. Тому варто вивчити роботу перших жіночих часописів у Східній Галичині Северина Шеховича «Лада» (1853) та «Русалка» (1868), щоб простежити еволюцію поглядів на жіноче питання та ролі жінки у тогочасному суспільстві. Методи: у статті використано спеціальні методи: репродуктивний, проблемно-хронологічний, порівняльно-історичний та ретроспективний. В основі роботи лежить використання таких принципів: науковості, об'єктивності, історизму, системності та комплексності.

Наукова новизна та оригінальність дослідження. Історики преси нерідко вивчають жіночу періодику у контексті загальнополітичної періодици, не виокремлюючи її в окрему групу видань. Натомість жіночу періодику розглядають як частину періодици західноукраїнських земель. Детальні дослідження жіночих видань та аналіз розвитку іноземної, зокрема польської жіночої періодици, яка паралельно виходила з українською у цей період та поширювалася у Східній Галичині, дає певність у тому, що це окрема група видань, яка мала свої особливості, періодизацію і розвивалася за загальноєвропейськими феміністичними впливами і віяннями.

Основні результати дослідження. У статті розкрито тему образу і ролі жінки у патріархальному суспільстві на прикладі аналізу статей перших жіночих видань Северина Шеховича другої половини XIX століття, які виходили у Східній Галичині. Жіноче питання, рівноправність, політична активність жінок, жіночий рух – ці та інші ідеї, які прийшли до традиційної галицької сім'ї, були висвітлені у багатьох матеріалах перших жіночих часописів Северина Шеховича «Лада» та «Русалка». Феміністичні впливи, яких зазнали ці видання, реформували стереотипи про роль жінки у житті, сім'ї, державі.

Ключові слова: жіноче питання, рівноправність, жіночий рух, жіноча періодика, фемінізм, емансипація.

Mariia Pavliukh. THE IMAGE OF A WOMAN IN THE COLUMNS OF SEVERYN SHEKHOVYCH'S PUBLICATIONS «LADA» (1853) AND «RUSALKA» (1868): ANALYSIS OF THE PROBLEMS

Important aspects in the study of the gender movement in Ukraine are the analysis of printed materials of women's publications that shaped public opinion on the topic of the women's issue in the 19th century. Therefore, it is worth studying the work of the first women's magazines in Eastern Galicia by Severyn Shekhovich «Lada» (1853) and «Rusalka» (1868) in order to trace the evolution of views on the women's issue and the role of women in the society of that time. Methods: The article uses special methods: reproductive, problem-chronological, comparative-historical and retrospective. The work is based on the use of the following principles: scientificity, objectivity, historicism, systematicity and complexity.

Scientific novelty and originality of the study. Press historians often study women's periodicals in the context of general political periodicals, without isolating them into a separate group of publications. Instead, women's periodicals are considered as part of the periodicals of Western Ukrainian lands. Detailed research of women's publications and analysis of the development of foreign, in particular Polish women's periodicals, which were published in parallel with Ukrainian ones during this period and were distributed in Eastern Galicia, gives certainty that this is a separate group of publications that had its own characteristics, periodization and developed according to pan-European feminist influences and trends.

Main results of the study. The article reveals the theme of the image and role of women in a patriarchal society using the example of an analysis of articles from the first women's publications by Severyn Shekhovich of the second half of the 19th century, which were published in Eastern Galicia. The women's question, equality, political activity of women, the women's movement – these and other ideas that came to the traditional Galician family were covered in many materials of Severyn Shekhovich's first women's magazines «Lada» and «Rusalka». The feminist influences that these publications underwent reformed stereotypes about the role of women in life, family, and state.

Key words: women's issue, political equality, women's movement, women's periodical, feminism.

Постановка проблеми. Сьогодні зростає зацікавлення у історичних дослідженнях гендерних рухів, які розвивалися одночасно у

багатьох державах світу вкінці XIX століття, зокрема і в Україні. Тема жіночого питання, політичної рівноправності жінок і чолові-

ків, жіночої праці – головна проблематика багатьох журналістських статей на шпальтах жіночих часописів, які виступають важливим історичним джерелом для досліджень гендерних рухів. Український гендерний рух розвивався за загальними тенденціями західноєвропейських жіночих рухів. Його головні віхи розвитку та ідеї своє втілення знайшли через періодику та жіночі видання.

Видання Северина Шеховича «Лада», «Русалка» становлять окремий період у розвитку жіночої преси Галичини. Їх можна назвати першими періодичними виданнями для жінок на західноукраїнських землях. Видання Северина Шеховича є прототипом жіночих журналів, часописів для жінок і про жінок. Часописи були небагато оформленими, невеликими за обсягом та без визначеної періодичності. Видавець не ставив собі за мету видавати «серйозний» часопис, тому «Лада» і «Русалка» мали розважати панянок, давати поради для заміжжя, повідомляти про модні туалети і світські забави.

С. Шехович вирішив наповнити свої часописи амурними історіями про відомих жінок того часу, що перетворювало часописи на розважальну періодику для панянок. Аудиторія видань була вузькою – панянки високого становища, переважно польки або ж москофілки. Редактор за своїми поглядами був переконаним москофілом, тому мовою обох видань часто нагадує штучне наближення місцевого діалекту до російської мови. «Лада» і «Русалка» виходять язичієм – мовною мішаниною, штучно створеним суржилом. С. Шехович намагається прищепити галицькій громадськості москофільські симпатії. Але попри ці особливості у часописах уперше поставлена проблема ролі жінки і чоловіка у суспільстві, уперше обговорювалася поведінка жінки та правила благопристойності.

Важко назвати «Ладу» і «Русалку» сучасною жіночою журналістикою, проте саме ці видання започаткували обговорення жіночих проблем. Видавець намагався не тільки розважати своїх читачок, а й публікував матеріали наукового характеру. Організація роботи редакції у часописах не мала чіткої структури, відділів, де на їхніх шпальтах поєднувалися розваги із невеликими публікаціями про жінок та науковими статтями. Іван Франко називає «Ладу» С. Шеховича «язичницькою» і «літературним курйозом» [13, с. 107].

Аналіз останніх досліджень. Головним першоджерелом статті є часописи «Лада» та «Русалка». Також джерельною базою дослідження стали статті вчених: А. Жовтобрюха, І. Животка, І. Франка, І. Монолатія.

Мета статті – дослідити образ жінки в суспільстві початку XIX століття у статтях жіночих часописів: «Лада», «Русалка»; відстежити організацію роботи редакцій цих часописів; виокремити популярні рубрики у цих журналах; дослідити трансформацію тематики та ідей у перших жіночих часописах; порівняти тематичне тло і жанрову палітру «Лади» і «Русалки».

Методи дослідження. У статті використано загальні та спеціальні наукові методи, зокрема аналіз тематичного поля жіночих журналів «Лада» і «Русалка»; компаративний аналіз у зіставленні та протиставленні жанрової палітри журналістських матеріалів в обох часописах; синтез у виокремленні образу жінки та її ролі у житті і суспільстві.

Основний виклад матеріалу. Часопис «Лада» Северин Шехович видає 1853 року в Галичині. Вона стала першим періодичним виданням для жінок, яке порушило жіночі проблеми, проте це видання не було адресованим українкам, а слугувало розрадою інтелегентних іноземних панянок. У виданнях видавець друкував світські ігри, розповіді про публічні вечірки та модні салони. Багато елементів статей «Лади» пов'язаних із народними віруваннями поганського характеру про водяників та русалок. Можливо саме такий зміст дав підстави Івану Франку назвати «Ладу» поганською.

Дослідник преси А. Животко у висвітленні концепції «жіночого питання» західноукраїнської преси про «Ладу» згадує коротко як про перший часопис, на шпальтах якого розвивалася жіноча тема [1, с. 123]. Інший дослідник преси І. Монолатій пише про труднощі, з якими стикнувся С. Шехович у виданні жіночого часопису: «Шлях до заснування жіночого часопису був нелегким. 1853 року відомий український діяч С. Шехович видав перший часопис для жінок «Лада». Однак, байдужість громади, брак коштів, цензура спричинилися до закриття часопису. Незважаючи на труднощі, С. Шехович продовжував плекати свою ідею, і у 1868 році побачив світ новий жіночий часопис «Русалка». Мета часописів полягала у тому, щоб жінка відчула себе справді жінкою, яка стоїть на рівні з чоловіком як рівноправний і достойний член суспільства» [7, с. 57].

Видання Северина Шеховича були першою ластівкою у жіночому питанні, попри те, що не мали патріотичного характеру [2, с. 322]. Зрештою, попри намагання головного редактора пропагувати москофільство на Галичині політичним присмаком вони мало забарвлені [12, с. 324]. На шпальтах журналів

обговорювалося публічне життя інтелігентних панянок, світські бесіди, вишивання, ігри та анекдоти. Чимало місця у журналі присвячено правилам «пристойності», тобто правилам етикету. У цих статтях можна простежити спосіб життя, який вели москофіли та австрофіли – групки багатих кіл Галичини. Також відстежуємо стереотипи про роль жінки у суспільстві, якій найчастіше відводилася роль: кухні, сім'ї, дітей. Жінка не переймалася важливими суспільними проблемами чи політичною ситуацією, а вибирала сукні чи дамський туалет.

У «Ладі» і «Русалці» є наявні народні забобони, що надають журналам галицького присмаку, тому що поєднують у собі місцевий колорит, характерний Галичині того часу. Якщо ж поглянути на організацію роботи редакцій, то можемо помітити безсистемність і хаотичність. Попри «несерйозність» тем «Ладі» і «Русалки», на шпальтах містилися статті на теми фізики, хімії, географії, обговорювалися господарські проблеми в краю. Таке поєднання наближає часописи до науково-популярних, але з досить поверховими статтями.

Детально розглянемо організацію роботи видань. У першому числі «Ладі», опублікований «Проспект: Новой белетристической временописи посвященной женскому полу в честь забаву и поучение» [3] (М. П. – тут і далі подано мовою оригіналу). Отже, у титулі і підтитулі редакція присвячує часопис жінкам для розваги та науки. Одразу назва характеризує видання як розважальне. Далі редакція описує головні частини та відділи – «составляющая сію новую временопись части суть слѣдущіи» [3]. Відділи «Ладі» ділилися на великі чотири частини, у кожній редакція конкретизувала теми, котрі порушуватимуться на шпальтах «Ладі».

Серед головних розділів першої частини цього журналу такі:

«1. Переговоры і преподаванія для дѣвиць содержащія правила къ поведенію женского пола въ отношеніяхъ къ своему дѣвочеству, къ супругу и дитятам; 2. Физика популярно и практически выкладана для поднесения газдѣвства сельского, поученія несвѣдущихъ оной, и удовлетворенія знатаковъ, не имѣющихъ в сельскомъ уединеніи способности продолжати физическіи знанія; 3. Исторія природная (но новѣйшей системѣ); 4. Землеописание въ тыснѣйшомъ поученіи зъ исторією кожного народа, описаніе способу жизни, характера, обычаевъ и звичаевъ; 5. Коротко собранная Грамматыка руссого языка, и правила орфографіи. Письмовникъ с, е. наведеніе

къ правильному складанію листовъ въ дѣлахъ женскихъ» [3].

Поряд з переліком головних тематик простежуємо хаотичність редакції у висвітленні багатьох питань: тут і світські правила для молодих дівчиць, і фізика, історія та географія. У наступних частинах хаотичність і невизначеність редакції у тематиках зберігаються. Наприклад, у другій частині редакція повідомляє про белетристику (кімнатну та народну), додає знову правила благопристойності, пісні, анекдоти і товариські забави [4]. Поряд із белетристикою С. Шехович опублікував шаради, фейлетони. Третя частина, за планом редакції, присвячувалася домашньому господарству та лікарським засобам домашньої аптечки. Остання, четверта частина, була представлена рубрикою «Із теперішності», в якій редакція подавала короткі новини. Це був відділ світських новин. У цій частині редакція друкувала кореспонденцію та словник незрозумілих слів. Словник незрозумілих слів розташовувався вкінці кожного номера і пояснював значення деяких слів, друкованих язичієм. Ця особливість зберігається також у «Русалці».

У підрубриках другого розділу передбачалося друкування пісень, анекдотів, фейлетонів. Жанр фейлетону був розповсюдженим жанром західноукраїнської періодики ХІХ століття. Фейлетони нагадували місцеві анекдоти, забави. Фейлетоністика у «Ладі» не розвинулася на високому рівні. Жанр фейлетону використовують інші жіночі часописи значно пізніше. У першому числі була надрукована пісня «Мое ты сердце», що нагадує галицькі пісні:

«Мое ты сердце!

Кѣ тебѣ въ будущности

Усмѣхается рай счастливости!

Неросцвитый адонисовый цвѣтъ» [3, с. 5].

У редакційному листі видавець зазначає: «Письмо сіе принимаетъ названіе «Лады» старословянской богини красоты женской и посвященное предовсемъ женскому полу» [3]. Часопис названий на честь поганської богині «Ладі» – богині жіночої краси. «Лада» присвячена «жіночій статті». Адресат журналу «Лада», тобто «жіноча стаття» не випадковий: цей адресат був характерним багатьом жіночим виданням ХІХ століття, які мали розважальний характер.

«Лада» відкривалася вступною статтею редакції. Цей журналістський жанр зберігається у всіх жіночих виданнях до 1939 року. У редакційній статті «Вступленіє» Шехович звертається до любих жінок, ніжної та красивої половини людства, називає жінок

доньками святої Русі: «Так, Вы доньки святой Руси! Станьтєсь достойними капланками «Лады» – старославянської богини любови и красоти жєньской! Пѣйте ей рабскую пісню своєю дѣвчєства, клєните вѣнецъ зъ неувядаємыхъ цвѣтовъ любови и невинности, и запалите ей благословєнный ладанъ почитанія общєго – чтобъ ладно, коротко, нїжно замирали чувства в Вашой груди, чтобъ любо, мило и лєхчайше било-сь Вам сердєнько!» [3].

У першому номері редакція формує традиційні відділи часопису, які повторюються у наступних числах: «Виховання дітей фізичне», «Історія природна», «Фізика», «Старина». У відділі «Правила благопристойності» подані статті про дівочий погляд, різні види сміху, описані товариські забави. Цей відділ можна назвати відділом етикету і правил поведінки у товаристві.

Не обминула редакція увагою дамські туалети. У традиційному відділі «Дамські ручні роботи» редакція друкує короткі новини про останній писк паризької моди, жіночі туалети та косметичні поради для догляду за шкірою. Господарський відділ займає значну частину журналу і містить велику кількість редакційних порад, інформацію про лікарські трави, квіти. У першому номері відділ кореспонденції представлений кількома публікаціями: кореспонденцією із Парижа та традиційною публікацією «Седмычная записка» [3], у якій подано цікаві новини місцевого значення. Закінчував номер «Словарем», який подано як переклад слов'янських слів на польську, наприклад: «благодаріє – obuczajność; жєманство – chęćstrojenia się; завтраць – śniadanie».

У другому числі «Лади» з'являється програмна стаття «Призначєніє женского пола» [4], яка була опублікована протягом кількох номерів. Позиція редакції – традиційні уявлення про роль жінки у суспільстві: *жінки повинні бути мудримы, достойнымы любови чоловіків, турботливими матерями, оццаднимы господинями; благоустрій чоловіка залежить від жінки* (виділення – наше). У цьому номері традиційними відділами залишаються: «Фізика», «Гєографія», «Виховання дітей фізичне». Особливу увагу звертає редакція на обов'язки жінки у подружжі, критикується погане виховання молодших сестер у сім'ях. У четвертому номері редакція друкує коротку комедію «Дядя мира», яка мала авантюрний, легкий характер.

На зміну програмній статті про призначєння жіночої статі у сьомому числі часопису з'являється програмна стаття «Различіє женского а мужского пола» [5], в якій обстою-

ється думка про природність статей, про призначєння жінок та чоловіків, їхня зовнішня різниця. Серед правил пристойності – правил етикету редакція розглядає різні види сміху і радить сміятися пристойно, скромно. Великого значєння у редакції відводилося зовнішності жінки. Цій темі присвячені кілька статей: «Наружность жєньщины», «О Наружном видѣ дѣвицы» [6], в яких головною думкою є та, що жінка повинна зм'якшувати, оцасливлювати мужнього чоловіка. Серед белетристичних творів знаходимо короткі любовні історії та повісті у наступних числах. Відділ місцевих новин «Изъ тепєрѣшности» («З сучасності») переходить у відділ міжнародних новин з дванадцятого числа.

Після виходу чотирнадцятого числа редакція припинила видання «Лади». Брак коштів, невизначєна аудиторія часопису, непостійні відділи та рубрики часопису спричинили закриття С. Шєховичем «Лади». Короткий аналіз роботи редакції «Лади» свідчить про те, що громадськість ще не була готова до обговорєння жіночого питання, до сприйняття жіночої прєси. «Ладу» не можна назвати серйозним часописом для жінок, хоча він вперше порушує тему жіночої ролі у суспільстві. У ньому нема стійкої структури, завдань редакції. Інколи «Лада» нагадує розважальний журнал із літературною частиною, а не часопис. Але попри зовнішній вигляд, це була перша спроба видавати жіночу прєсу в Галичині.

Організація роботи видання «Русалки», яке виходить 1868 року, подібна до «Лади», проте видання містить менше статей із наукової проблематики. Переважають статті про відомих жінок сучасності, поради для красунь. У підзаголовку «Русалки» подано адресата «Письмо для красавиць».

У першому числі редакція пояснює читачкам, чому вибрала назву «Русалка» для видання: «По руському повѣрію тыи водныи красавицы любяць сидіти на берегах рѣкъ, озеръ и потокѣвъ, росчесывати косу, або при блѣдєнь свѣтъ мѣсяца водити хороводы. Найсчастѣйше викликує ихъ на землю зоря: Русалки любяць скриватися въ травѣ и по корчах, орошєныхъ росєю» [8]. Редакція звертає увагу читачок на місцеві, слов'янські вірування у духів природи та води. Далі редакція розповідає про жінку, яка була виключєна з людського суспільства.

Постає образ русалки у передовій, вступній статті редакції: «Недѣля передъ Тройцѣным днєм называєся Русальною або зеленою. Въ той часъ отъ Русалокъ нема житя: люди неустанно ждуть якихъ то небезпєчныхъ

таинственныхъ пригодъ; никто не смѣе пити одинъ в поле або въ лѣсъ або за водою; всѣ собираются купами» В народі вірять, що діти нехрещені літають у повітрі і співають [8].

Редакційна стаття описує про міцну традицію поганських вірувань жителів Галичини, що відрізняється від християнської традиції. У статті традиційно застосовується українське «ѣ» («і»). На третій сторінці першого числа міститься стаття про відомих жінок, а на четвертій – поради красуням у виборі одягу: «Женщины-артистки» [8], де розповідається про розумних, гарних жінок того часу: Марію-Анну – дочку цісаря; Марію Терезу-Шарлоту – архикняжну австрійську; Марію Орлеанську – дочку Людовика-Пилипа. Стаття цього числа «Яких красавица має добирати красок в убраню?» мала на меті допомогти красуням у виборі суконь.

Але не тільки статті авантюрного типу були характерні «Русалці». Наприклад, у першому числі була надрукована інформація про болгарський народ. Його названо войовничим народом «Болгари». Серед жанрів «Русалки» використаний фейлетон, у якому невідома авторка (Наталія К.) обґрунтовує необхідність існування жінок. Публікація «Задача женщинъ» [9] – гумористичний лист, у якому обстоюється думка, що без жінки нема народу, суспільства і навіть не ведеться господарство.

Господарська частина «Русалки» була представлена передусім кулінарними рецептами, наприклад, про варіння картоплі: «Бульбы вариты. Попередь заварити воду, кипяткѣ паляти на бульбы в горшку и поставить горшокъ на огни. Скоро бульба зварится, ѳтляти воду. Бульбы будутъ вкуснѣйшіе нежели поставивши ихъ до огня сѣ холодною водою» [11]. У рецепті використовується традиційне «ѣ» та значок «^», притаманним статтям багатьох галицьких видань того часу, що були друкувані гражданкою.

У рубриці «Всячина», як правило, подані різні чутки і плітки. Одна з них публікація про священика, який у своїх проповідях критикує жіночу поведінку. На чотирнадцятій сторінці, як і в «Ладі», описані забави та ігри. Популярними серед аудиторії часопису були статті про відомих жінок. Наприклад, у другому числі подана редакційна стаття авантюрного типу: «Прекрасная фанаріотка» [9], у якій розповідається про славних жінок-аристократок. У цьому ж номері у рубриці «Всячина» опублікована інформація про затемнення сонця з детальним описом природного явища.

Статті про інтимні подробиці відомих жінок сучасності становлять чи не найпопулярнішу тему «Русалки». Майже у кожному

числі подані такі статті: «Історія про Ізабеллу, визнану королевою іспанською», «Цариця Катерина». Шаленою популярністю у редакції користувалися публікації дидактичного характеру про жінку та про виховання дітей. У третьому числі з'являється відділ «Воспитаніе дітей физическое» [10] – відділ запозичений із «Ладі».

Хоча багато відділів «Русалки» перегукуються із «Ладі», у «Русалці» редакція запровадила відділ «Наше газетярство», у якому детально пояснювала мету самого часопису, завдання і цілі. З четвертого номера у «Русалці» подана белетристика, наприклад, як коротке оповідання та поезії «До милого» [11]. У «Русалці» з'являється окремий відділ моди. У наступному числі редакція публікує матеріал «Становище женщинъ» – коротку замітку про жіночу конференцію у Німеччині. Редакція запроваджує відділи: кореспонденції – «Переписка» та відділ місцевих новин «Що нового?» З чотирнадцятого числа традиційними відділами редакції стають: «Моди», «Домоводство», «Переписка», «Всячина».

Наступного року «Русалка» виходить двічі на місяць і перестає бути місячником. 1870 року припиняє своє існування. Причини закриття часопису ті ж, що й «Ладі». Та попри труднощі «Русалка» залишила помітний слід у жіночій галицькій пресі. «Русалка» порушувала проблеми, які у першу чергу торкалися важкого матеріального становища багатьох жінок, чого не було у «Ладі». Організація роботи редакції «Русалки», хоча була подібна до «Ладі» відділами та рубриками, проте має свої відмінності. Насамперед, у «Русалці» здійснюється відхід від другорядних проблем до проблем жіночих, з'являються белетристичні твори, нариси про відомих жінок, нові жанри – фейлетон, відділ кореспонденції, практичні поради та господарська частина. Але обом виданням С. Шеховича притаманний авантюрний тип публікацій – історії про любовні захоплення відомих жінок того часу, різноманітні скандали та світські плітки. Це пояснюється читацькою аудиторією, яка потребувала матеріалів саме розважального характеру.

Висновки і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Отже, організація роботи редакції видань Северина Шеховича не має конкретної стратегії, спостерігаємо тематичну хаотичність. З одного боку дидактичні статті авантюрного типу, з іншого – наукові публікації; з одного боку журналістські жанри, з іншого – літературна частина; з одного боку господарство, а з іншого – дам-

ські туалети. Окрім того, головною особливістю «Лади» і «Русалки» є мовний суржик «язичіє», котрим були надруковані обидва журнали. Видання С. Шеховича – перші періодичні видання, що порушують жіночі теми: роль жінки у суспільстві, проблему виховання молодих дівчат та самоосвіту жінок.

У виданнях С. Шеховича спостерігаємо формування структури жіночого часопису та головні відділи, що повторюються чи зберігаються у інших жіночих часописах інших періодів. Звичайно, досвіду у виданні жіночих журналів у С. Шеховича не було, тому що не існувало жодного періодичного часопису для жінок українською мовою. С. Шехович орієнтувався на видання іншомовні, проте московські симпатії не наближали його до європейських видань. У цей період, у Львові, уже виходив польський жіночий журнал «Дзєннік муд парискіх», який спочатку мав характер видання салонного, розважального. С. Шехович відходить від традицій розважальної журналістики у своїх часописах.

Оскільки у тогочасному суспільстві починають з'являтися ідеї емансипації, що набули великої популярності, змінюються теми у перших жіночих періодичних журналах. Порушуються питання, що стосуються самих жінок: не тільки догляд за зовнішнім виглядом (модні туалети, догляд за шкірою), а й теми глибші – жіноча освіта, проблема домашнього виховання молодих дівчат, яким не надавалася належна увага. «Лада» не торкається важливих жіночих питань, «Русалка» надає увагу жіночим проблемам. Попри розважальний характер видань С. Шеховича часописи друкують статті природничого та наукового характеру, щоб дати базові знання жіночій аудиторії. Короткі замітки, невеличкі статті про явища природи, хоча мають непостійний характер у журналах, проте відіграють важливу роль у часописах, виводячи часописи на рівень вищий, аніж просто розважальні часописи. Окрім того, господарська частина надавала цим часописам характеру практичних часописів. Ця тенденція – практичність жіночих часописів (ведення домашнього господарства, кулінарні рецепти, домашні поради) зберігається у багатьох інших жіночих часописів Галичини.

Жінка, у баченні розважальної преси С. Шеховича, подана як берегиня домашнього вогнища, яка народжує, виховує своїх дітей. Актуальним для молоді панянки з вищого середовища була тема заміжжя, особливо матеріально вигідного. Домашнє виховання занедбане, бо зводилося тільки до моральних приписів, виконання релігійних канонів,

дотримання релігійних цінностей. Жінка у тогочасному світі не могла і не мала можливості вчитися. Єдиною можливістю отримати гідне життя було вигідне заміжжя. У перших жіночих виданнях С. Шеховича цій темі присвячено чимало статей. Образ жінки трохи змінюється: жінки звертають увагу на свої проблеми: освіти, виховання, етикету.

Уперше на шпальтах часописів С. Шеховича жінки отримали можливість писати – були надруковані кілька статей, жартівливих заміток, листів від жіночої читацької аудиторії, в яких проглядається поступ у баченні жіночих проблем і жіночої ролі у суспільстві. Формується нове бачення жінки, не тільки красивої, ніжної та чутливої, а також жінки, яка утримує чоловіка своїм розумом. Обидві статі подані як доповнення, а не перевага чоловічої статі над іншою. Це був революційний погляд на традиційні уявлення громадськості про жінок та чоловіків, місце жінки у сімейному житті.

У часописах С. Шеховича подано образ молоді панянки, яка повинна вміти поводитися у вищому світі. С. Шехович вказує на особливість і вагу етикету у вищому світі, інколи розглядаються види сміху і що вони означають. Велику увагу у часописах зосереджено навколо теми закоханості, любові, легкого флірту. *Закоханість-любов-флірт* – головні теми статей-нарисів про відомих жінок сучасності. У центрі будь-якого нарису часописів дівчина-красуня, добре вихована, із прекрасним почуттям гумору. Велику вагу надано жінці, її красі та *жіночності*. Саме жіночність виокремлена у статтях авторів як найважливіша риса сучасної жінки.

Організація роботи редакцій ще на низькому рівні, проте формується перша структура жіночого видання; з'являються традиційно жіночі відділи, які фігурують у всіх інших жіночих часописах: сторінка моди, відділ ручних робіт; закладається тематика для обговорення. Серед головної тематики «Лади» і «Русалки» такі: призначення жіночої ролі у суспільстві та роль чоловіка, у яких редактор вказує на природний потяг жінки до краси, любові, жіночності, здатних умиряти, заспокоювати свого «супруга», тому що жінки від природи мають чуттєвість до всього прекрасного, тому їхнє покликання: дім, сім'я, чоловік.

Образ жінки у перших періодичних виданнях ще консервативний: діти, кухня, чоловік, проте обов'язки жінки зводяться не тільки до цієї формули. Жінка покликана бути прекрасною, красунею, наділеною особливою чутте-

вістю та жіночністю. Розважальні часописи Северина Шеховича не розглядали жінку як індивідуума чи особистість, проте не роз-
глядали її нижчою від чоловіка. Це основна риса тематичного поля статей у часописах С. Шеховича.

Література:

1. Животко А. Історія української преси. Мюнхен, 1989–1990. 400 с.
2. Жовтобрюх І. Мова української періодичної преси. Київ, 1963. 415 с.
3. *Лада*. 1853. Ч. 1.
4. *Лада*. 1853. Ч. 2.
5. *Лада*. 1853. Ч. 7.
6. *Лада*. 1853. Ч. 12.
7. Монолатій, І. Часопис «Жіноча доля» і його роль у розвитку жіночого руху в Галичині. *Всеукраїнська науково-практична конференція (11–16 грудня 1999)*. Житомир, 1999. С. 56–58.
8. *Русалка*. 1868. Ч. 1.
9. *Русалка*. 1868. Ч. 2.
10. *Русалка*. 1868. Ч. 3.
11. *Русалка*. 1868. Ч. 4.
12. Українська журналістика в іменах: Матеріали до енциклопедичного словника. Львів, 1996. Вип. 3. С. 324.
13. Франко І. Я. Українська альманахова література. 3б. Творів: у 50 т. Т. 27. Київ, 1984. С. 107.

УДК 811.111'42:61

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.2.9>**Тетяна ПАСТЕРНАК**

кандидат філологічних наук,
Національна академія Служби безпеки України,
tanya.pasternak@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0589-6881

Єва ПАСТЕРНАК

Начально-науковий центр «Інститут біології та медицини»
Київського національного університету імені Тараса Шевченка,
Evapasternak2023@gmail.com
ORCID: 0009-0006-8970-8153

СИНЕСТЕТИЧНА МЕТАФОРА У МЕДИЧНОМУ ДИСКУРСІ: КОГНІТИВНО-ЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ

Статтю присвячено комплексному когнітивно-лінгвістичному аналізу феномену синестетичної метафори в англomовному медичному дискурсі. Актуальність дослідження зумовлена зростаючою увагою до ролі метафори як фундаментального інструменту мислення та комунікації у спеціалізованих сферах, зокрема в медицині, де точна вербалізація суб'єктивних відчуттів, таких як біль, є ключовою для діагностики та лікування. Проаналізовано останні наукові розвідки, що розглядають синестезію в межах теорії концептуальної метафори (Дж. Лакофф, М. Джонсон, Р. Лангакер), ієрархії сенсорних модальностей (С. Уллманн) та концептуального конфлікту (Ф. Стрік-Ліверс, М. Пранді). Виявлено, що попри значний добробок у вивченні загальних концептуальних метафор (напр., військової), специфіка функціонування синестетичних метафор, які базуються на перенесенні між базовими сенсорними доменами, у медичній комунікації залишається недостатньо вивченою. Метою статті є визначення когнітивної природи синестетичної метафори, систематизація її типів на основі напрямку перенесення між сенсорними модальностями та обґрунтування її функціональної незамінності для ефективної взаємодії між лікарем та пацієнтом. У статті доведено, що синестетична метафора є унікальним типом концептуальної метафори, де і джерело, і ціль належать до базових, тілесно вкорінених доменів. Запропоновано класифікацію синестетичних метафор, що використовуються для опису болю (*sharp pain*), симптомів (*metallic taste*) та інших відчуттів (*ringing in the ears*), продемонстровано їх роль у «матеріалізації» внутрішнього досвіду пацієнта. Висновки підкреслюють, що синестетична метафора не є просто стилістичним прийомом, а життєво важливим когнітивним механізмом, що долає комунікативну прірву між суб'єктивним переживанням пацієнта та об'єктивним аналізом лікаря. Перспективи подальших досліджень вбачаються у проведенні корпусного аналізу для виявлення частотності та закономірностей уживання синестетичних метафор, а також у міжкультурних порівняльних студіях їх функціонування.

Ключові слова: синестетична метафора, медичний дискурс, когнітивна лінгвістика, концептуальна метафора.

Tetiana Pasternak, Yeva Pasternak. SYNESTHETIC METAPHOR IN MEDICAL DISCOURSE: A COGNITIVE-LINGUISTIC ANALYSIS

This article provides a comprehensive cognitive-linguistic analysis of the synesthetic metaphor phenomenon within English-language medical discourse. The relevance of the study is underscored by the growing scholarly attention to metaphor as a fundamental tool of thought and communication in specialized fields, particularly in medicine, where the precise verbalization of subjective sensations, such as pain, is crucial for diagnosis and treatment. The article analyzes recent research that examines synesthesia within the framework of Conceptual Metaphor Theory (G. Lakoff, M. Johnson, R. Langacker), the hierarchy of sensory modalities (S. Ullmann), and the concept of conceptual conflict (F. Strik Lievers, M. Prandi). It is noted that despite significant achievements in the study of general conceptual metaphors (e.g., the military metaphor), the specific functioning of synesthetic metaphors, which are based on transfers between basic sensory domains, remains under-investigated in medical communication. The aim of the article is to define the cognitive nature of the synesthetic metaphor, to systematize its types based on the direction of transfer between sensory modalities, and to substantiate its functional indispensability for effective doctor-patient interaction. The article proves that the synesthetic metaphor is a unique type of conceptual metaphor where both the source and target domains are basic and embodied. A classification of synesthetic metaphors used to describe pain (*sharp pain*), symptoms (*metallic taste*), and other sensations (*ringing in the ears*) is proposed, demonstrating their role in "materializing" the patient's internal experience. The conclusions emphasize that the synesthetic metaphor is not merely a stylistic device but a vital cognitive mechanism that bridges the communicative gap between the patient's subjective experience and the physician's objective analysis. Prospects for further research include conducting corpus-based analyses to identify the frequency and patterns of synesthetic metaphor use, as well as cross-cultural comparative studies of their functionality.

Key words: synesthetic metaphor, medical discourse, cognitive linguistics, conceptual metaphor.

Постановка проблеми. Метафора, яку тривалий час розглядали переважно як стилістичний прийом, притаманний художньому мовленню, у світлі когнітивної лінгвістики постала як фундаментальний механізм людського мислення, що структурує наше сприйняття світу, абстрактні поняття та соціальну взаємодію. Її роль є особливо значущою у спеціалізованих видах дискурсу, де виникає потреба вербалізувати складні, невидимі або суб'єктивні явища. Медичний дискурс є яскравим прикладом такої сфери. Комунікація між лікарем та пацієнтом, формування медичної термінології та опис патологічних процесів значною мірою спираються на метафоричні моделі, що дозволяють перекласти складну наукову інформацію мовою повсякденного досвіду.

Одним із найцікавіших та найменш досліджених у медичному контексті типів метафори є синестетична метафора. Вона базується на перенесенні ознак між різними сенсорними модальностями (наприклад, *теплий колір, гострий запах*) і відіграє ключову роль в описі суб'єктивних тілесних відчуттів, симптомів та емоційних станів, що є центральними для медичної комунікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фундаментом для аналізу синестетичної метафори слугує теорія концептуальної метафори (ТКМ), розроблена Дж. Лакоффом та М. Джонсоном. Відповідно до цієї теорії, сутність метафори полягає в осмисленні одного явища через інше шляхом відображення домену-джерела на домен-ціль [6]. У лінгвістиці синестезія традиційно розглядається як специфічний тип концептуальної метафори [5; 15], у якій, на відміну від класичних метафор, і джерело, і ціль належать до базових, тілесно вкорінених доменів [7]. Ця особливість розглядається деякими дослідниками як виклик для ТКМ [11].

Однак дослідження С. Уллманна [16] та його послідовників [18] продемонстрували існування чіткої ієрархії та спрямованості перенесення між сенсорними модальностями (Дотик → Смак → Запах → Слух → Зір), що узгоджується з принципами ТКМ. Важливим для розмежування синестетичної метафори та метонімії є критерій концептуального конфлікту, розроблений М. Пранді [10] та Ф. Стрік-Ліверс [15]. Водночас функціональна роль метафори в медичному дискурсі загалом [2] та кінестетичних метафор, зокрема, добре описана.

Попри значний теоретичний доробок, системний аналіз синестетичних метафор саме в англomовному медичному дискурсі, їх класифікація та визначення специфічних

комунікативних функцій при вербалізації болю та інших симптомів залишаються актуальною та недостатньо розробленою проблемою.

Метою цієї статті є огляд ключових підходів до вивчення синестетичної метафори в межах когнітивної лінгвістики, визначення її специфіки порівняно з іншими типами концептуальних метафор, а також обґрунтування її функціональної важливості для медичного дискурсу шляхом аналізу та систематизації прикладів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фундаментом для аналізу синестетичної метафори слугує теорія концептуальної метафори (ТКМ), розроблена Джорджем Лакоффом та Марком Джонсоном. Відповідно до цієї теорії, сутність метафори полягає в осмисленні та переживанні одного явища через інше [6]. Цей процес, що відбувається на концептуальному рівні, є відображенням однієї концептуальної структури, що називається доменом-джерелом (source domain), на іншу – домен-ціль (target domain) [4; 6]. Домен-джерело, як правило, є більш конкретним, зрозумілим та безпосередньо заснованим на тілесному досвіді, тоді як домен-ціль є більш абстрактним або менш структурованим.

Поняття домену в цьому контексті інтерпретується в руслі когнітивної граматики Рональда Лангакера як «будь-яке уявлення або сфера досвіду» [7, с. 44]. Для нашого дослідження принципово важливим є розрізнення між базовими та небазовими доменами. Базові домени – це «сфери досвіду, в межах яких можливе концептуалізування і з яких можуть виникати конкретні поняття». До них належать простір, час, а також діапазони перцептивного досвіду, пов'язаного з органами чуття: кольоровий простір (зір), висота тону (слух), температура (дотик), смак, запах тощо. Усі інші концепти, що мають різний ступінь складності, від елементарних понять до цілих систем знань, є небазовими доменами.

Термін «синестезія» походить з нейробіології, де він позначає феномен, «у якому здатність відчувати сенсорні відчуття в одній модальності проявляється при стимуляції іншої модальності» [20]. Наприклад, синестет може бачити кольори, коли чує музику, або відчувати смак, торкаючись певних текстур. Це неврологічне явище знаходить своє відображення у мові у вигляді виразів, що описують відчуття однієї модальності через іншу: *теплий колір, солодкий запах, яскравий звук*.

У лінгвістиці таке явище традиційно розглядається як синестетична метафора [5; 15; 18; 21]. У рамках когнітивного підходу вона постає як специфічний тип концептуальної метафори, що характеризується унікальною природою доменів, залучених до процесу перенесення. На відміну від класичних метафор, у синестетичній метафорі і домен-джерело, і домен-ціль є базовими доменами, тобто вони безпосередньо представляють конкретний сенсорний досвід. Наприклад:

БІЛЬ ← ДОТИК/ТЕМПЕРАТУРА:

Sharp pain / Stabbing pain (Гострий / Колючий біль). Відчуття болю описується через тактильне відчуття від контакту з гострим предметом (ніж, голка).

Dull ache (Тупий біль). Біль низької інтенсивності, що триває довго, описується через тактильне відчуття від тупого, незагостреного предмета.

Burning pain / Burning sensation (Пекучий біль / відчуття печіння). Невропатичний або запальний біль описується через температурне відчуття сильного жару.

Throbbing pain (Пульсуючий біль). Біль, інтенсивність якого ритмічно змінюється, описується через тактильно-кінестетичне відчуття пульсації.

Це найпоширеніша категорія синестетичних метафор у медицині, оскільки біль є абстрактним відчуттям, яке найлегше описати через конкретний тілесний досвід дотику або температури.

СИМПТОМ ← СМАК

Metallic taste (Металевий присмак). Зміна смакових відчуттів описується через смак металу.

Fruity odor / Sweetish breath (Фруктовий запах / Солодкуватий подих). Запах ацетону, що виникає при кетоацидозі, описується через приємний запах фруктів.

Ця категорія часто використовується для опису специфічних метаболічних або інфекційних станів.

ВІДЧУТТЯ ← ЗВУК

Ringin / Buzzing in the ears (Дзвін / Гудіння у вухах). Суб'єктивне відчуття звуку в голові або вухах (тинітус) описується через конкретні звуки.

Roaring sound (Рев, гул). Сильний, низько-частотний тинітус описується через гучний звук, подібний до реву.

Найчастіше використовується для опису слухових галюцинацій (тинітус) або відчуттів, пов'язаних з рухом рідин в організмі.

ВІДЧУТТЯ ← КОЛІР

Seeing black spots / floaters (Бачити чорні пятки / «мушки»). Порушення зору описується через появу уявних об'єктів певного кольору.

Feeling blue (Почуватися «синім», сумувати). Емоційний стан смутку або легкої депресії описується через асоціацію з синім кольором.

Ці метафори описують переважно зорові розлади, а також емоційні стани, які є важливими симптомами у психіатрії.

Ця особливість – взаємодія виключно між базовими сенсорними доменами – розглядається деякими дослідниками як виклик для класичної теорії концептуальної метафори, яка фокусується на перенесенні від конкретного до абстрактного [11; 20]. Однак глибший аналіз показує, що механізми, які лежать в основі синестетичних метафор, є цілком сумісними з фундаментальними принципами ТКМ.

Хоча обидва домени в синестетичній метафорі є базовими та «тілесними», вони не є рівнозначними. Дослідження показують, що сенсорні домени мають різний ступінь втіленості та контакту з навколишнім світом, що створює певну ієрархію. Метафоричне перенесення у синестезії не є хаотичним, а підпорядковується певній закономірності – воно переважно відбувається від «більш тілесних» до «менш тілесних» доменів.

Одним із перших, хто систематично дослідив цю спрямованість, був Стівен Уллманн [16]. Він запропонував ієрархічну схему сенсорних модальностей, яка стала класичною: Дотик → Смак → Запах → Слух → Зір. Згідно з цією моделлю, концепти «нижчих» відчуттів (як-от дотик, що вимагає прямого фізичного контакту) частіше виступають у ролі домену-джерела, а концепти «вищих», дистантних відчуттів (як-от слух чи зір) – у ролі домену-цілі. Пізніші дослідження підтвердили та ускладнили цю ідею, запропонувавши більш диференційовані, іноді нелінійні ієрархії [17; 12; 18]. Наприклад, дотик (включаючи температуру та біль) є найпоширенішим джерелом для метафоричних перенесень на інші сенсорні сфери.

Ця ієрархічна спрямованість свідчить про те, що навіть у межах базових доменів існує градієнт тілесності та концептуальної первинності. Це узгоджується з головним принципом ТКМ про перенесення від більш зрозумілого та безпосередньо пережитого до менш зрозумілого. Таким чином, синестетична метафора не суперечить теорії, а радше уточнює її, демонструючи дію її механізмів на фундаментальному рівні перцептивного досвіду.

Ще одним вагомим аргументом на користь метафоричної природи лінгвістичної

синестезії є наявність концептуального конфлікту, що лежить в її основі [10; 15]. Ця ознака дозволяє чітко відрізнити метафору від метонімії.

Метонімічний зв'язок ґрунтується на суміжності, асоціації або причинно-наслідкових зв'язках у межах одного концептуального домену або фрейму. Конфлікт, що виникає у метонімічних виразах, вирішується завдяки існуванню послідовних концептуальних зв'язків. Як зазначає Ф. Стрік-Ліверс, у виразі: «Джон любить грати Баха» (*John likes playing Bach*), конфлікт між дієсловом «грати» та його об'єктом «Бах» (людина) вирішується через очевидний зв'язок між композитором та музикою, яку він написав [15, с. 45]. Обидва елементи – композитор і його твори – належать до єдиного фрейму «МУЗИЧНА ТВОРЧІСТЬ».

Натомість метафоричний зв'язок не ґрунтується на такій суміжності. Концептуальний конфлікт у метафорі можна вирішити лише шляхом перенесення одного з несумісних понять в іншу сферу. М. Пранді ілюструє це на прикладі рядка з твору Алкмана «Сплять гірські вершини»: «концепт сну переноситься з області живих істот у сферу неживої природи; щоб розв'язати концептуальну загадку, потрібно зрозуміти, в якому сенсі гори можна вважати сплячими живими істотами» [10, с. 154].

Синестетичні вирази, як-от «*A cold tone*» (прохолодний тон) або «*A sharp smell*» (гострий запах), демонструють саме такий метафоричний конфлікт. Не існує послідовного, реального зв'язку між температурою та звуком або між тактильним відчуттям гостроти та запахом. Щоб зрозуміти такий вираз, ми змушені здійснити концептуальний стрибок, переносячи властивість з одного сенсорного домену (ДОТИК) на інший (СЛУХ, ЗАПАХ). Цей механізм доводить, що лінгвістична синестезія є явищем метафоричним, а не метонімічним [3; 8].

Досліджуючи синестетичні метафори, важливо розрізняти їхні типи за ступенем конвенційності. Франческа Стрік-Ліверс [15] виокремлює два основних типи:

Конвенційна синестезія – це метафори, що стали звичними, усталеними в мовній системі (теплый голос, солодка музика, яскравий смак). Вони є продуктивними, легко відтворюються та розуміються носіями мови.

Жива (або творча) синестезія – це нові, неординарні поєднання сенсорних характеристик, які не є частиною усталених моделей (синій гул, скляний крик). Такі мета-

фори часто використовуються в поезії та художній літературі для створення яскравих, несподіваних образів.

Це розрізнення є важливим для аналізу медичного дискурсу, оскільки в ньому можуть зустрічатися обидва типи. Конвенційні синестетичні метафори часто є частиною термінології або стандартних описів симптомів (*гострий біль, тупий біль*), тоді як творчі можуть використовуватися пацієнтами для вербалізації унікальних, важкоописуваних відчуттів.

Роль метафори в медичному дискурсі є багатогранною та функціонально важливою. Як зазначає В. О. Старух [2], метафора виступає своєрідним мостом у комунікації між лікарем та пацієнтом. Використання метафор дозволяє подолати асиметрію знань, пояснити складні патологічні процеси доступною мовою, створити спільне розуміння ситуації та зменшити ризик непорозуміння. Метафора не лише інформує, але й передає емоційне забарвлення, допомагаючи встановити довірливі стосунки та підтримати пацієнта.

Яскравим прикладом є поширена військова метафора (ХВОРОБА – ЦЕ ВІЙНА), де організм *бореться* з інфекцією, імунна система *атакує* віруси, а ліки є *зброєю* у цій битві [1]. Така модель не лише допомагає пацієнту візуалізувати процес, але й мобілізує його на активну участь у лікуванні. Крім того, метафори є потужним інструментом термінотворення, дозволяючи через конкретний образ позначити абстрактне поняття.

Особливе місце в медичному дискурсі посідають метафори, що описують тілесні відчуття. До них належать кінестетичні метафори, які вербалізують відчуття руху, напруги та стану тіла. Вирази на кшталт «*My muscles are as tight as a drum*» (м'язи напружені, як струна) або «*My heart is pounding/beating like a hammer*» (серце калатає, як молот) створюють яскраві, емоційно забарвлені образи, що допомагають пацієнту точно передати свій фізичний стан, а лікарю – глибше зрозуміти симптоматику.

Синестетичні метафори розширюють цей інструментарій, дозволяючи описувати суб'єктивні відчуття, що не мають чіткого об'єктивного корелята. Наприклад:

СМАК ← ДОТИК

A sharp taste (Гострий смак). Різкий, інтенсивний, часто кислий або гіркий смак описується через тактильну характеристику гостроти.

ЗАПАХ ← ДОТИК

A heavy / Thick smell (Важкий / густий запах). Дуже насичений, інтенсивний запах, що ніби має фізичну вагу або текстуру, описується через відповідні тактильні характеристики.

СЛУХ ← ТЕМПЕРАТУРА

A warm voice (Теплий голос). Дружній, емпатичний тон голосу описується через відчуття тепла.

Використання синестетичних метафор у медичній комунікації є не просто фігурою мови, а життєво необхідним когнітивним інструментом. Вони дозволяють пацієнту «матеріалізувати» свій внутрішній досвід, перекласти його на мову спільних сенсорних уявлень, що робить його доступним для розуміння лікаря. Для медика, в свою чергу, точна інтерпретація таких метафоричних описів є ключем до правильної діагностики та ефективного лікування.

Хоча теорія концептуальної метафори залишається базовою, сучасні дослідження пропонують більш деталізовані інструменти аналізу. Одним із таких підходів є рамкова семантика (Frame Semantics), яка дозволяє аналізувати не просто перенесення між двома концептами, а взаємодію цілих структур знань – фреймів. Дослідження, проведене В. Петерсен та колегами [9], показало, що аналіз синестетичних метафор на рівні фреймів та їхніх елементів (фрейм-елементів) дає змогу глибше зрозуміти механізми їхньої інтерпретації та когнітивну спрямованість.

Перспективним напрямом є також корпусна лінгвістика. Створення спеціалізованих корпусів, як-от Synamet для польської мови [19], дозволяє вивчати особливості синестетичних метафор у розмовному дискурсі. Аналіз таких корпусів показує, що моделі вербальної синестезії не є універсальними і можуть суттєво відрізнятися не лише між мовами, але й у різних стилях та дискурсах у межах однієї мови.

Досвід корпусних досліджень, зокрема, висновки, зроблені на основі аналізу корпусу Synamet, засвідчив, що метафора є надзвичайно складним і багатовимірним явищем. Спроба звести її до простого концептуального перенесення ($A \in B$) або набору первинних метафор є недостатньою для пояснення її динаміки та функціонального багатства у природних текстах.

Статичні моделі ТКМ не завжди здатні охопити яскраві, розгорнуті та змішані метафори, що зустрічаються в реальній комунікації.

Необхідний більш динамічний підхід, що враховує контекст, гнучкість та варіативність метафоричних виразів. Важливо розрізняти несвідомий процес метафоризації та його результат – вербальну метафору. Ігнорування семантичного та прагматичного рівнів аналізу призводить до втрати таких важливих функцій метафори, як естетична, оцінна та емоційна, що є особливо актуальним для медичного дискурсу.

Висновки. Проведений огляд теоретичних засад дослідження синестетичної метафори дозволяє зробити низку важливих висновків.

Синестетична метафора є специфічним типом концептуальної метафори, що характеризується перенесенням ознак між базовими сенсорними доменами (дотик, смак, запах, слух, зір). Незважаючи на те, що обидва домени є «тілесними», вони утворюють ієрархію, в якій метафоричне перенесення переважно спрямоване від більш контактних, проксимальних відчуттів до менш контактних, дистантних, що відповідає загальним принципам ТКМ. Ключовою ознакою синестетичної метафори є наявність концептуального конфлікту, який вирішується шляхом «стрибка» між доменами, що чітко відрізняє її від метонімії, заснованої на суміжності в межах одного домену.

У медичному дискурсі синестетична метафора виконує надзвичайно важливу когнітивну та комунікативну функцію. Вона слугує незамінним інструментом для пацієнтів при вербалізації суб'єктивних тілесних відчуттів, особливо болю та інших симптомів, роблячи їхній внутрішній досвід доступним для інтерпретації лікарем. Таким чином, синестетична метафора є не просто фігурою мови, а фундаментальним когнітивним інструментом, що забезпечує ефективність медичної комунікації.

Перспективи подальших розвідок у даному напрямку полягають у:

- проведенні корпусного аналізу на великих масивах медичних текстів (історії хвороб, форуми пацієнтів) для виявлення частотності, продуктивності та закономірностей різних типів синестетичних метафор;
- міжкультурному та міжмовному порівнянні синестетичних моделей для визначення їх універсальних та культурно-специфічних рис;
- експериментальному дослідженні впливу вживання певних синестетичних метафор на точність діагностики та рівень емпатії у комунікації лікар-пацієнт.

Література:

1. Пастернак Т. Метафоричність у політичному дискурсі. *Закарпатські філологічні студії*. 2023. Вип. 28, т. 1. С. 140–145.
2. Старух В. О. Військова метафора в англomовному медичному дискурсі в аспекті перекладу. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород, 2018. Вип. 6. С. 139–142.
3. Metaphor and Metonymy at the Crossroads / ed. by A. Barcelona. Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 2000.
4. Black M. Models and metaphor. Ithaca, NY : Cornell University Press, 1962.
5. Cacciari C. Crossing the senses in metaphorical language. *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*. Cambridge ; NY : Cambridge University Press, 2008. Ch. 24.
6. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago : University of Chicago Press, 1980. 256 p.
7. Langacker R. W. *Cognitive Grammar: A Basic Introduction*. New York : Oxford University Press, 2008. 562 p.
8. Marks L. E. Synaesthesia: Perception and metaphor. *Aesthetic Illusion: Theoretical and Historical Approaches*. ed. by F. Burwick, W. Pape. Berlin : Mouton de Gruyter, 1990. P. 28–40.
9. Petersen W. Representation of concepts as frames. *The Baltic International Yearbook of Cognition, Logic and Communication*. 2007. Vol. 2 : Complex Cognition and Qualitative Science. ed. by J. Skilters, F. Toccafondi, G. Stemberger. P. 151–170.
10. Prandi M. A plea for living metaphors: conflictual metaphors and metaphorical swarms. *Metaphor and Symbol*. 2012. Vol. 27 (2). P. 148–170.
11. Rakova M. The extent of the literal: metaphor polysemy and theories of concepts. London : Palgrave Macmillan, 2003. 232 p.
12. Shen Y. Cognitive constraints on poetic figures. *Cognitive Linguistics*. 1997. Vol. 8 (1). P. 33–71.
13. Simner J. Defining Synaesthesia. *British Journal of Psychology*. 2012. Vol. 103, no. 1. P. 1–15.
14. Strik Lievers F. Synaesthetic metaphors in translation. *Studi e Saggi Linguistici*. 2016. Vol. 54 (1). P. 43–70.
15. Strik Lievers F. Figures and the senses: Towards a definition of synaesthesia. *Review of Cognitive Linguistics*. 2017. P. 83–101.
16. Ullmann S. *The principles of Semantics*. Oxford, 1967. 352 p.
17. Williams J. M. Synesthetic adjectives: A possible law of semantic change. *Language*. 1976. Vol. 52 (2). P. 461–478.
18. Yu N. Synesthetic metaphor: a cognitive perspective. *Journal of Literary Semantics*. 2003. Vol. 32 (1). P. 19–34.
19. Zawisławska M. Metaphor and senses: The Synamet Corpus: A Polish resource for synesthetic metaphors. Berlin : Peter Lang, 2019. 201 p.
20. Zhao Q., Huang Ch-R., Ahrens K. Directionality of linguistic synesthesia in Mandarin: A corpus-based study. *Lingua*. 2019. Vol. 232 p.

УДК 316.77:004.738.5

DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.2.10

Віталій СЕМЧЕНКО

аспірант кафедри журналістики, філологічний факультет,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,
Fioksitov@gmail.com

ORCID: 0009-0003-4635-6010

ТРАНСФОРМАЦІЯ НАРАТИВІВ УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛІВ ПРО КРИМ: ВІД ЛОКАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ ДО ВОЄНІЗОВАНОГО ДИСКУРСУ

У статті досліджується трансформація наративів українських телеграм-каналів, присвячених кримській проблематиці, після початку повномасштабного російського вторгнення в Україну в лютому 2022 року. На основі лексико-семантичного аналізу та порівняльного аналізу наративних стратегій проаналізовано публікації за два періоди: 2020–2021 рр. і 2022–2025 рр. Дослідження виявило значне зростання кількості українських телеграм-каналів, що висвітлюють кримську тематику, та їхню переорієнтацію з побутових і локальних питань на військово-політичну повістку. Зміни торкнулися термінологічного апарату, де дипломатичні евфемізми поступилися місцем прямолінійній і конфронтаційній риторичі, а також наративних стратегій, які еволюціонували від інформаційно-аналітичних до героїчних і мобілізуючих.

Ключовим чинником трансформації стала ескалація збройного конфлікту, що позиціонувала Крим як стратегічний об'єкт у військовій інфраструктурі РФ, а також технічна доступність Telegram, яка сприяла появі нових каналів і демонополізації інформаційного поля. Аналіз публікацій каналів, таких як «Крим. Реалії», ATR, «Кримський вітер», «Жовта стрічка» та інших, показав зростання частотності воєнної лексики, посилення емоційного забарвлення та акцентування образу опору.

Зміна фреймів від нейтральних до воєнізованих відображає ширші суспільні та ідеологічні зсуви, спрямовані на легітимізацію позиції України та мобілізацію суспільства. Результати підкреслюють двоїсту природу сучасних медіа: з одного боку, телеграм-канали ефективно координують опір і формують образ майбутнього звільнення Криму, з іншого – відхід від традиційних журналістських стандартів, таких як об'єктивність і верифікація, створює етичні виклики.

Практичне значення дослідження полягає в його потенціалі для оптимізації державної інформаційної політики, зокрема в контексті «Стратегії деокупації та реінтеграції Криму», а також для медіаосвіти та міжнародної медіадипломатії. Виявлені тенденції дозволяють прогнозувати подальшу еволюцію інформаційного поля та розробляти рекомендації для посилення мобілізаційного потенціалу медіаконтенту. Подальші дослідження мають зосередитися на розробленні методологічних підходів до аналізу медіа воєнного часу та формуванні етичних стандартів журналістики в умовах конфлікту.

Ключові слова: медіадискурс, телеграм-канали, Крим, інформаційна війна, громадянська журналістика, верифікація інформації, наративні стратегії.

Vitaliy Semchenko. TRANSFORMATION OF NARRATIVES IN UKRAINIAN TELEGRAM CHANNELS ABOUT CRIMEA: FROM LOCAL ISSUES TO MILITARIZED DISCOURSE

The article explores the transformation of narratives in Ukrainian Telegram channels dedicated to the Crimean issue following the onset of Russia's full-scale invasion of Ukraine in February 2022. Based on lexical-semantic analysis and a comparative study of narrative strategies, it examines publications from two periods: 2020–2021 and 2022–2025. The study reveals a significant increase in the number of Ukrainian Telegram channels covering Crimean topics, as well as a shift in focus from everyday and local issues to a military-political agenda. Changes affected terminology, where diplomatic euphemisms gave way to direct and confrontational rhetoric, and narrative strategies evolved from informational and analytical to heroic and mobilizing.

The key driver of this transformation was the escalation of armed conflict, which positioned Crimea as a strategic asset in Russia's military infrastructure. Another crucial factor was the technical accessibility of Telegram, which facilitated the emergence of new channels and the de-monopolization of the information space. An analysis of publications from channels such as Krym.Realii, ATR, Krymskyi Vyter, Zhovta Strichka, and others revealed an increase in military vocabulary, heightened emotional tone, and a stronger focus on the image of resistance.

The shift from neutral to militarized framing reflects broader societal and ideological changes aimed at legitimizing Ukraine's position and mobilizing public support. The results underscore the dual nature of modern media: on the one hand, Telegram channels effectively coordinate resistance and shape the image of Crimea's future liberation; on the other, the departure from traditional journalistic standards—such as objectivity and verification—poses ethical challenges.

The practical significance of the study lies in its potential to inform state information policy, particularly in the context of the «Strategy for the De-occupation and Reintegration of Crimea», as well as media education and international media diplomacy. The identified trends make it possible to forecast the further evolution of the information landscape and to develop recommendations for enhancing the mobilizing potential of media content.

Future research should focus on developing methodological approaches for analyzing wartime media and establishing ethical standards for journalism in conflict conditions.

Key words: media discourse, Telegram channels, Crimea, information warfare, citizen journalism, information verification, narrative strategies.

Постановка проблеми. Сучасний медіа-ландшафт України зазнає кардинальних змін під впливом геополітичних подій останніх років. У цьому контексті месенджер Telegram набув ролі однієї з ключових інформаційних платформ. Згідно з даними дослідження Internews Network, у 2024 році Telegram використовували 73% українців як основне джерело новин, що на 1% більше порівняно з 2023 роком [13]. Ця статистика відображає фундаментальний зсув у способах споживання та поширення інформації в умовах воєнного конфлікту.

Особливого значення платформа набула в контексті повномасштабної війни Росії проти України. Можливість швидкого поширення інформації, захищеність комунікацій і відносна свобода від цензури перетворили Telegram зі звичайного медійного майданчика на стратегічний інструмент інформаційної політики. Це проявилось і в висвітленні подій у Криму, де інформаційне протистояння розгорнулося задовго до лютого 2022 року.

З моменту анексії півострова у 2014 році Крим став не лише об'єктом геополітичної боротьби, а й ареною інформаційного протистояння. Протягом восьми років формувалися паралельні медійні простори: російські канали просували наратив інтеграції Криму в правове й інформаційне поле РФ, тоді як українські джерела послідовно розглядали регіон як тимчасово окуповану територію. Така дихотомія зумовила активне використання різних комунікативних стратегій обома сторонами для формування громадської думки та легітимізації власних позицій.

Для української держави питання інформаційного супроводу кримської тематики має стратегічне значення. Відповідно до «Стратегії деокупації та реінтеграції тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та міста Севастополя» [11], інформаційна складова розглядається як один із ключових елементів політики з повернення півострова. Це обставина підкреслює необхідність глибокого наукового осмислення трансформації інформаційних стратегій українських медіа щодо Криму.

Аналіз досліджень та публікацій. Фундамент цього дослідження складають концепції медіа-наративів і фреймінгу, які надають комплексний інструментарій для аналізу трансформації дискурсивних практик українських телеграм-каналів у висвітленні кримської проблематики.

Концепція медіа-наративу, розроблена в рамках критичного дискурс-аналізу, розглядає наратив як структуровану історію, яка формує сприйняття подій через усвідомлений вибір тем, мовних засобів і візуальних образів. Як зазначає Van Dijk [31], наративи в медіадискурсі не можуть розглядатися як нейтральні конструкти: вони неминуче відображають ідеологічні позиції творців і слугують потужним інструментом впливу на масову аудиторію. У контексті кримської проблематики наративи українських телеграм-каналів виконують не лише інформаційну функцію, а й стратегічне завдання легітимізації позиції України, систематично підкреслюючи незаконність окупації півострова та моральну необхідність спротиву.

Доповнюючи концепцію медіа-наративу, теорія фреймінгу, спочатку розроблена Goffman [12] і згодом адаптована для медіадосліджень, пояснює механізми структурування інформації засобами масової комунікації. Згідно з цією теорією, медіа здійснюють селективне акцентування певних аспектів реальності через стратегічний вибір тем, термінології та візуальних елементів. Цей процес фреймування набуває особливого значення в контексті висвітлення подій на окупованих територіях, де вибір мовних засобів і ракурсу подачі інформації безпосередньо впливають на сприйняття аудиторією геополітичної ситуації.

Практичне застосування теорії фреймінгу демонструє, що навіть незначні термінологічні відмінності можуть кардинально змінювати смислове навантаження повідомлення. Наприклад, використання терміну «анексія» замість «окупація» може сигналізувати про прагнення до відносної нейтральності викладу, тоді як «окупація» безумовно підкреслює незаконність подій і елементи насильства. Подібні нюанси формують систему сенсів, яка визначає характер сприйняття аудиторією складних геополітичних процесів.

Методи дослідження. Основу дослідження складають лексико-семантичний аналіз і порівняльний аналіз наративних стратегій українських телеграм-каналів про Крим у два хронологічно різні періоди: 2020–2021 рр. і 2022–2025 рр.

Вибір часових рамок зумовлений необхідністю фіксації трансформацій медіадискурсу до і після критичної точки ескалації російсько-українського конфлікту – початку повно-

масштабного вторгнення в лютому 2022 року.

Виходячи з вищезазначеного, **мета** цього дослідження полягає у виявленні механізмів трансформації наративів українських телеграм-каналів, присвячених кримській проблематиці, після лютого 2022 року. Особливу увагу приділено аналізу того, як ескалація конфлікту, демонополізація інформаційного поля, ідеологічні зсуви та потреба в демонізації противника вплинули на характер і зміст медіадискурсу.

Актуальність цього дослідження визначається необхідністю розуміння динаміки трансформації медійного дискурсу про Крим як частини ширшого процесу формування інформаційного суверенітету України в умовах воєнного конфлікту. Глибокий аналіз цих процесів дозволяє не лише зафіксувати поточні тенденції, а й виробити прогностичні моделі подальшої еволюції інформаційного поля навколо Криму.

Емпіричну базу дослідження склали публікації телеграм-каналів, що представляють український інформаційний простір з кримської тематики. Для періоду 2020–2021 рр. аналізувалися матеріали таких каналів: «Крим. Реалії», ATR, «Суспільне Крим», «Кримський Розслідувач», ARC. Ці канали були обрані як найвпливовіші та ті, що систематично висвітлювали кримську проблематику в зазначений період.

Період 2022–2025 рр. характеризується значним розширенням медіаландшафту, що вимагало включення до аналізу додаткових джерел: «Кримський вітер», «Голос Криму», «Кримський плацдарм», «Жовта стрічка», «Кримські партизани», «Атеш».

Для забезпечення статистичної репрезентативності результатів для кожного хронологічного періоду було проаналізовано по 500 публікацій, відібраних методом випадкової вибірки. Лексико-семантичний аналіз забезпечив можливість визначення трансформацій в емоційному забарвленні та конотативних значеннях уживаної лексики.

Характер української інформаційної присутності в телеграм-просторі до початку повномасштабного вторгнення кардинально відрізнявся від сучасного стану як кількісними показниками, так і якісними характеристиками контенту. У період 2020–2021 років інформаційне поле навколо Криму демонструвало виражений дисбаланс на користь проросійських джерел інформації.

Проведений аналіз виявив істотну диспропорцію в кількісному співвідношенні інформаційних каналів різної політичної орієнтації. Дослідження ідентифікувало 18 активних

проросійських телеграм-каналів («Вести Крим», «Крымский», «ForPost», «Новости Севастополя», «Mash на волне» та ін.) проти лише 5 проукраїнських («Крым.Реалии», ATR, «Суспільне Крим», «Кримський Розслідувач», ARC). Такий значний дисбаланс створював умови, за яких російський інформаційний порядок денний отримував структурну перевагу в телеграм-просторі, присвяченому кримській проблематиці.

Ця кількісна диспропорція супроводжувалася якісними особливостями контенту проукраїнських медіа. Тематичний аналіз публікацій цього періоду свідчить про переважну концентрацію на локальних, побутових та інфраструктурних проблемах півострова. Основними напрямками висвітлення виступали питання водопостачання та екологічні проблеми, соціально-економічні труднощі, правові та гуманітарні аспекти, а також інфраструктурні проблеми регіону.

Показовими прикладами подібного тематичного фокусу можуть слугувати публікації, присвячені водній кризі та епідемії Covid-19: «В АР Крим та Севастополі окупанти зафіксували 259 новий випадок COVID-19» [27] або «У Північно-Кримському каналі східного Криму води поменшало, вона замулена і брудна» [28]. Аналогічно, соціально-економічна проблематика подавалася через призму конкретних адміністративних рішень: «Окупанти анонсували масові податкові перевірки ринків у Криму» [29] або «Курортний сезон у Криму навряд чи відбудеться – Аксьонов» [14].

На особливу увагу заслуговує термінологічний аналіз публікацій періоду. «Крим.Реалії», що позиціонувалося як одне з провідних проукраїнських медіа про Крим, демонструвало послідовне використання терміна «анексія» в 95% випадків, практично повністю уникаючи більш емоційно забарвленого слова «окупація». Термін «окупація» має сильніші негативні конотації в пострадянському просторі через історичну пам'ять про нацистську окупацію в період Другої світової війни. Розширення використання цього терміна може розглядатися як стратегічний вибір у контексті інформаційного протистояння.

Типовими прикладами такого термінологічного підходу є такі цитати: «Верховна Рада України звернулася до міжнародних інституцій із закликом засудити російську анексію Криму та порушення прав людини на півострові» [18] або «Джо Байден подовжив термін дії низки санкцій, запроваджених проти Росії через анексію Криму та Севастополя, терміном на рік» [19]. Емоційно забарвлені

терміни, як-от «агресор» або «загарбник», зустрічалися в публікаціях україно мовно рідко, що свідчило про переважання стриманої, інформаційно-аналітичної тональності. Загальна риторика українських телеграм-каналів цього періоду характеризувалася як переважно проблемна, що акцентує увагу на повсякденних труднощах жителів півострова, але уникає гострої конфронтаційної лексики.

Початок повномасштабного вторгнення Росії в Україну в лютому 2022 року ознаменував перелом у характері та змісті українського інформаційного простору, присвяченого кримській проблематиці. Найбільш очевидно структурною зміною стало збільшення кількості українських телеграм-каналів, що висвітлюють кримську тематику. В інформаційному просторі з'явилися нові гравці: «Кримський вітер» (заснований у лютому 2022 р., досяг 155 651 підписника до травня 2025 р.), «Голос Криму» (47 878 підписників), «Кримський плацдарм» (9 656), «Жовта стрічка» (16 860), «Кримські партизани» (11 942) і «Атеш» (45 711). Поява цих каналів істотно змінила співвідношення сил в інформаційному полі, частково компенсувавши дисбаланс, що існував раніше.

Не менш значущим явищем стала трансформація аудиторного складу наявних каналів. Різке зростання кількості читачів, яке відбулося, можна пояснити залученням аудиторії з материкової України, а також з інших країн, хоча верифікувати географічний розподіл підписників не є можливим через технічні обмеження платформи. Проте сам факт кількісного зростання свідчить про істотне підвищення інтересу до кримської проблематики в ширших суспільних колах.

Кардинальної зміни зазнав тематичний фокус публікацій. Якщо в період 2020-2021 років домінував локальний порядок денний, що містив побутові проблеми, екологічні питання і соціально-економічні труднощі, то після лютого 2022 року відбулося рішуче зміщення в бік військових і антиросійських наративів. Крим почав концептуалізуватися не як ізольована проблемна територія, а як невід'ємна частина загальнонаціонального фронту опору.

Демоніфікація інформаційного поля, зумовлена технічними можливостями створення анонімних каналів у Telegram, сприяла появі множинності проукраїнських голосів. Це явище має особливе значення в контексті інформаційного протистояння, оскільки дало змогу компенсувати переважання російських інформаційних каналів, яке існувало раніше, і створити більш збалансоване медіасередовище.

Водночас можна припустити, що послаблення дипломатичних імперативів, пов'язаних зі спробами «умиротворення агресора», надало українським медіа більшу свободу у використанні жорсткої риторики, якої раніше можна було уникати з міркувань міжнародної дипломатії. Переосмислення Криму як «тилового фронту» радикально трансформувало його медійний образ: півострів перетворився на зону активного опору, де удари і партизанські акції стали сприйматися як символи нескореності та боротьби за національну незалежність.

Порівняльний аналіз лексичного складу та семантичних характеристик публікацій українських телеграм-каналів про Крим виявив важливі зміни в мовних стратегіях після лютого 2022 року. Ці трансформації зачіпають не лише поверхневі термінологічні впровадження, а й глибинні механізми конструювання смислу в медіатекстах.

Найбільш очевидним проявом мовних змін стала кардинальна трансформація ключової термінології. Термін «окупація», який у попередній період використовувався рідко, став домінуючим способом характеристики статусу Криму. Одночасно в медіадискурсі з'явилися нові номінації, що відображають мілітаризацію порядку денного: «партизани», «удар», «вибух», «опір», «підпільний рух».

Характерними прикладами нової термінологічної парадигми слугують такі цитати: «Сили оборони України працюють, партизани теж не дремають, ось росіяни і звальнують. Відпочивати в такій атмосфері явно нікому не хочеться» [7]. Подібна лексика не просто інформує про події, а конструє певну інтерпретаційну рамку, в якій дії проти російської присутності в Криму отримують героїчне забарвлення і моральне визнання.

Паралельно з появою нової термінології відбувалася мілітаризація мови загалом. Медіатексти стали характеризуватися жорсткістю та емоційною насиченістю, з вираженим акцентом на мобілізаційний потенціал. Емоційно забарвлені терміни, як-от «агресор» і «загарбник» із рідкісних винятків перетворилися на стандартні елементи медіамови. Типовим прикладом такої риторики може слугувати цитата: «Країна-агресор використовує Крим як «сіру зону» для перевезення зерна, яким вона незаконно заволоділа в Україні» [8].

Суттєвої трансформації зазнала система образів ключових акторів кримських подій. Якщо в період 2020-2021 років героями медіанаративів виступали абстрактні «жителі

Криму», подані переважно як жертви анексії та позбавлені індивідуалізованих характеристик, то після 2022 року в дискурсі з'явилися персоніфіковані «партизани», «активісти» та «герої опору». Образи цих нових героїв піддавалися романтизації та ідеалізації.

Показовими прикладами конструювання героїчних образів слугують публікації на кшталт: «Кількість кримчан, які не згодні з російською анексією Криму і які бажають вступити до лав українського опору, збільшується з кожним днем» [21]. Подібна стилістика перетворює конкретні дії на елементи героїчної саги національного спротиву.

Кардинальної зміни зазнав тематичний порядок денний публікацій. Відбулося рішуче зміщення від локальних новин, що стосуються побутових проблем та інфраструктурних питань, до воєнних і політичних подій, що виходять далеко за межі кримської специфіки. Канали почали систематично висвітлювати удари й акти опору як невід'ємну частину загальнонаціональної боротьби, а також регулярно інформувати про втрати російської армії в різних регіонах бойових дій.

Порівняння тематичних пріоритетів двох періодів демонструє масштаб змін, що відбулися. Якщо раніше типовими були публікації на кшталт: «Після рясних опадів, що випали на півострові в червні та на початку липня, заповнилися чотири кримських водосховища» [20], то сучасний контент характеризується матеріалами на кшталт: «Вантаж 200» у Севастополь. Свечніков Володимир Вадимович, гвардії рядовий, стрілець-радіотелеграфіст, 810-та окрема гвардійська бригада морської піхоти ЧФ рф. У 2022 році присів на зону, а там підписав контракт із Мінвбивств рф. Ліквідований у Курській області» [9].

Паралельно з тематичними змінами трансформувалися інтонаційні характеристики публікацій. Відбувся перехід від переважно інформаційної та співчутливої тональності до обвинувальної та викривальної. Якщо у 2020-2021 роках канали переважно інформували аудиторію про труднощі, пов'язані з побутовими та економічними проблемами, то після 2022 року вони сконцентрувалися на систематичному звинуваченні російської влади в розв'язуванні війни та її наслідках для жителів Криму.

Аналіз еволюції українських телеграм-каналів, що висвітлюють кримську проблематику, виявив розширення їхньої функціональності після лютого 2022 року. Якщо раніше ці медіаплатформи виконували переважно традиційну інформаційну функцію, то за нових умов вони набули низки додаткових ролей,

які значно виходять за рамки класичної журналістики.

Однією з найбільш значущих нових функцій стала координаційна роль. Сучасні українські телеграм-канали використовуються для координації дій активістів, збору і передачі стратегічно важливої інформації про військові об'єкти і пересування російських військ. Характерним прикладом подібної діяльності слугує канал «Атеш», який позиціонує себе як майданчик для координації руху опору на окупованих територіях. Цей канал регулярно публікує заклики до збору інформації про пересування російської техніки та дислокацію військових об'єктів, фактично виконуючи функції розвідувальної мережі.

Типовими прикладами координаційної діяльності є публікації на кшталт: «Агенти «АТЕШ» виявили склад боєприпасів на території колишнього об'єкту РХБЗ у Севастополі» [1] або «Окупанти вивезли військову техніку з військової частини в Севастополі. Агенти руху «АТЕШ» зафіксували незвичайні переміщення в пункті постійної дислокації зберігання техніки в Севастополі» [2]. Подібний контент демонструє радикальну зміну природи медійної діяльності: від пасивного спостереження і фіксації подій до активної участі в їх формуванні.

Паралельно українські телеграм-канали активно розвивають мобілізаційну складову своєї діяльності. Ця трансформація особливо помітна в роботі каналу «Жовта стрічка» [33], який організовує акції ненасильницького опору та публікує детальні інструкції з проведення протестних заходів.

Мобілізаційна риторика проявляється в прямих закликах до дії: «Долучайся до «АТЕШ» і дій вже зараз [3] або емоційно забарвлених зверненнях: «Кожне фото – це новий доказ того, що Крим – це Україна, люди не здалися, чекають на деокупацію й обов'язково її дочекаються! Ялта, Сімферополь та Євпаторія – це Україна! Долучайтеся до руху спротиву» [32].

У контексті інтенсивної інформаційної боротьби деякі телеграм-канали перебрали на себе функції фактчекінгу та боротьби з дезінформацією. Найбільш системний підхід у цьому напрямі демонструє канал «Крим.Реаліі», який регулярно проводить верифікацію одержуваної інформації та публікує детальні аналітичні матеріали.

Приклади такої роботи включають перевірку даних про втрати російських військових: «Понад 10 російських військових загинули після удару ЗСУ по складу боєприпасів на авіабазі в Октябрському... Крим.Реаліі вери-

фікували загиблих», а також детальний аналіз військової інфраструктури: «Згідно з картою військових об'єктів Криму, у Перевальному розташована військова база 126-ї окремої гвардійської бригади берегової оборони РФ» [24].

Однак не всі канали демонструють високі стандарти роботи з інформацією. «Кримський вітер», наприклад, часто публікує матеріали без зазначення джерел і верифікації, що створює ризики поширення неперевіраних даних.

Ще однією важливою функцією, якої набули українські телеграм-канали, стала психологічна підтримка кримчан, які очікують повернення півострова під контроль України. Ця діяльність реалізується через публікацію історій успіху, позитивних прогнозів та постійне підкреслення тимчасового характеру російської окупації.

Характерним прикладом слугує історія кримчанки Христини Кріс: «23 лютого 2022 року кримчанка Христина Кріс приймала клієнтів у салоні краси, а вже наступного дня рано вранці вона стояла в черзі в одному з київських військкоматів... Незабаром вона пройшла шлях від сержанта роти матеріально-технічного забезпечення до старшого бойового медика» [22].

Трансформація функцій телеграм-каналів тісно пов'язана з фундаментальними змінами в ролі громадянської журналістики. Після лютого 2022 року відбулося кардинальне збільшення частки користувацького контенту в загальному обсязі публікацій українських телеграм-каналів, присвячених Криму.

Ці зміни зумовлені кількома взаємопов'язаними факторами. По-перше, значно посилюються інформаційні обмеження на півострові, що ускладнило роботу професійних журналістів. По-друге, істотно зросли ризики для медіапрацівників у Криму, особливо для тих, хто висвітлює військову тематику. По-третє, в умовах ескалації конфлікту різко підвищилася цінність оперативної інформації «з місця подій».

Особливо примітні зміни в методології верифікації інформації, що надходить від непрофесійних джерел. Якщо у 2020–2021 роках користувацький контент обов'язково супроводжували застереженнями про необхідність додаткової перевірки, то до 2023–2024 років вимоги до верифікації помітно знизилися.

Ця трансформація відображає зміну пріоритетів в інформаційному висвітленні: оперативність часто стає важливішою за достовірність, а емоційний вплив превалює над фактологічною точністю. Такий підхід ство-

рює нові можливості для впливу на громадську думку, але водночас підвищує ризики поширення дезінформації.

Телеграм-канал «Кримський вітер» є показовим прикладом цієї тенденції. Канал активно співпрацює з локальними джерелами інформації, регулярно публікуючи матеріали місцевих жителів, включно з фото- і відеосвідченнями вибухів і ракетних атак. Систематично розміщуються заклики до аудиторії надавати відомості про дислокацію російської військової техніки та стратегічні об'єкти. Однак на відміну від традиційних медіа, «Кримський вітер» не завжди демонструє прозорий підхід до верифікації. Значна частина повідомлень публікується без зазначення джерела та маркерів достовірності інформації. Така практика може пояснюватися прагненням захистити інформаторів, але створює суттєві ризики поширення недостовірних даних, що суперечить класичним журналістським стандартам.

Особливо складні етичні питання виникають під час аналізу риторики, пов'язаної з громадянами, затриманими і засудженими в Криму. Після початку повномасштабного вторгнення українські телеграм-канали почали послідовно застосовувати термін «політичні в'язні» практично до всіх затриманих.

Ця ситуація створює складну дилему для дотримання журналістських стандартів. З одного боку, російські спецслужби щодня публікують відеоматеріали про затримання ймовірних українських диверсантів, представляючи їх як загрозу безпеці. Достовірність цих матеріалів залишається непідтвердженою через неможливість незалежної верифікації.

З іншого боку, проукраїнські канали негайно позиціонують затриманих виключно як невинних і політично переслідуваних, також не надаючи об'єктивних доказів. Такий підхід характеризується відсутністю презумпції невинуватості, що може інтерпретуватися як порушення фундаментальних журналістських принципів об'єктивності та перевірки фактів.

Згідно з міжнародними журналістськими стандартами, використання маркованих термінів на кшталт «політичний в'язень» має спиратися на верифіковані підтвердження визнаних правозахисних організацій, а не привласнюватися журналістами в односторонньому порядку. Подібний підхід слугує гарантією об'єктивності та дає змогу уникнути маніпуляцій у висвітленні складних юридичних кейсів.

Обговорення. Аналіз трансформації українських телеграм-каналів про Крим у кон-

тексті повномасштабного російського вторгнення потребує розгляду не лише самих змін, а й чинників, які їх зумовили. Виявлені трансформації є результатом взаємодії кількох ключових процесів, кожен з яких заслуговує на окремий аналіз.

Ключовим чинником трансформації медіа-дискурсу стала ескалація військового протистояння. Крим трансформувався в уявленні українського інформаційного простору на найважливіший елемент військової інфраструктури Російської Федерації. Відповідно, півострів став розглядатися як легітимна стратегічна ціль, що кардинально змінило підходи до його медійного висвітлення.

Технічна доступність платформи Telegram відіграла критично важливу роль у трансформації медіапейзажу. Можливість миттєвого запуску анонімних каналів без суттєвих фінансових та адміністративних бар'єрів дозволила активізувати нові «голоси». Це сприяло формуванню нової, інформаційної екосистеми, де традиційні медіа втратили монополію на формування громадської думки.

Українське суспільство та медіапростір значною мірою відмовилися від дипломатичних евфемізмів і компромісної риторики, які раніше сприймалися як необхідні елементи пошуку політичного вирішення конфлікту. Перехід до більш прямолінійної та конфронтаційної риторики відображає зміну суспільних настроїв і стратегічних пріоритетів держави.

Ці зміни ставлять перед дослідниками медіа фундаментальні питання про межі журналістики в умовах воєнного конфлікту. Мобілізаційна ефективність нових наративних стратегій очевидна: українські телеграм-канали успішно виконують функції координації опору, психологічної підтримки та формування стійкого образу майбутнього звільнення Криму. Однак ця ефективність досягається ціною відходу від традиційних журналістських стандартів.

Особливе питання викликають проблемні аспекти, пов'язані з дотриманням фундаментальних принципів журналістики: об'єктивності, верифікації інформації та презумпції невинуватості.

В умовах інформаційної війни межі між традиційною журналістикою, стратегічними комунікаціями та пропагандою стають дедалі більш розмитими, що створює нові методологічні та етичні виклики.

Практичне застосування результатів дослідження охоплює кілька сфер. У царині стратегічних комунікацій отримані дані можуть використовуватися для оптимізації інформа-

ційної політики держави з питань деокупації тимчасово окупованих територій. Аналіз ефективності різних наративних стратегій дає змогу виробити рекомендації щодо посилення мобілізаційного потенціалу офіційних повідомлень.

Для медіапрактиків результати дослідження пропонують розуміння механізмів трансформації аудиторних очікувань в умовах воєнного конфлікту. Виявлений зсув від інформаційно-аналітичного стилю до мобілізаційного наративу вказує на необхідність переосмислення ролі журналістики в екстремальних умовах.

У сфері медіаосвіти отримані результати можуть сприяти розвитку критичного мислення аудиторії щодо медіаконтенту воєнного часу. Розуміння механізмів конструювання героїчних образів і демонізації супротивника допоможе читачам більш усвідомлено аналізувати отримувану інформацію.

Результати дослідження також мають значення для міжнародної медіадипломатії. Аналіз трансформації українських наративів про Крим може використовуватися під час розроблення стратегій міжнародного інформаційного впливу та протидії російській пропаганді.

Висновки. Проведене дослідження демонструє фундаментальну трансформацію наративів українських телеграм-каналів про Крим після початку повномасштабного російського вторгнення. Виявлені зміни зачіпають усі структурні аспекти інформаційного простору: від кількісного зростання проукраїнських каналів до якісних змін у лексиці, семантиці, тематичному фокусі та наративних стратегіях.

Ключовим підсумком дослідження є фіксація еволюції дискурсу від поміркованого та локалізованого до воєнізованого, героїчного та мобілізуючого. Цей процес віддзеркалює ширші трансформації в українському інформаційному просторі та свідчить про консолідацію національного наративу в умовах екзистенційного виклику.

Необхідність пошуку балансу між мобілізаційними завданнями воєнного часу та дотриманням професійних стандартів стає одним із ключових питань сучасної теорії та практики журналістики в умовах збройного конфлікту.

Подальші дослідження мають зосередитися на розробленні нових методологічних підходів до аналізу медіа воєнного часу та виробленні етичних стандартів для журналістської діяльності в екстремальних умовах.

Література:

1. Atesh. Agents identify ammunition depot in Sevastopol [Telegram post]. Telegram. 2025. URL: https://t.me/atesh_ua/7011 (дата звернення: 22.05.2025).
2. Atesh. Occupants remove military equipment from Sevastopol base [Telegram post]. Telegram. 2025. URL: https://t.me/atesh_ua/6989 (дата звернення: 22.05.2025).
3. Atesh. Join Atesh and act now [Telegram post]. Telegram. 2025. URL: https://t.me/atesh_ua/7031 (дата звернення: 22.05.2025).
4. Benkler Y., Faris R., Roberts H. Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics. Oxford : Oxford University Press, 2018.
5. Bhatia A. Discursive illusions in public discourse: Theory and practice. London : Routledge, 2015.
6. Crimeanwind. Partisans burned a railway relay cabinet near Stolbovov village in Dzhankoy district [Telegram post]. Telegram. 2025. URL: <https://t.me/Crimeanwind/76061> (дата звернення: 22.05.2025).
7. Crimeanwind. Ukrainian defense forces and partisans are active, causing Russians to leave [Telegram post]. Telegram. 2025. URL: <https://t.me/Crimeanwind/75518> (дата звернення: 22.05.2025).
8. Crimeanwind. Russia uses Crimea as a “gray zone” for transporting stolen Ukrainian grain [Telegram post]. Telegram. 2025. URL: <https://t.me/Crimeanwind/79255> (дата звернення: 22.05.2025).
9. Crimeanwind. “Cargo 200” in Sevastopol: Vladimir Svechnikov eliminated in Kursk region [Telegram post]. Telegram. 2025. URL: <https://t.me/Crimeanwind/79657> (дата звернення: 22.05.2025).
10. Crimeanwind. Report on regional events [Telegram channel]. Telegram. 2025. URL: <https://t.me/Crimeanwind> (дата звернення: 22.05.2025).
11. Decree of the President of Ukraine No. 117/2021. Strategy of de-occupation and reintegration of the temporarily occupied territory of the Autonomous Republic of Crimea and the city of Sevastopol. 24 March 2021. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/1172021-37533> (дата звернення: 22.05.2025).
12. Goffman E. Frame analysis: An essay on the organization of experience. Boston : Northeastern University Press, 1986.
13. Internews Network. Telegram is the main social network through which Ukrainians receive news. ZN.UA. 2024. URL: <https://zn.ua/ukr/UKRAINE/telegram-je-osnovnoju-sotsmerezheju-cherez-jaku-ukrajintsi-otrimujut-novini-doslidzhennja.html> (дата звернення: 22.05.2025).
14. Investigatorua. Resort season in Crimea unlikely to happen – Aksyonov [Telegram post]. Telegram. 2021. URL: <https://t.me/investigatrua/1473> (дата звернення: 22.05.2025).
15. Investigatorua. Krymskyi Rozsliduvach [Telegram channel]. Telegram. 2025. URL: <https://t.me/investigatrua> (дата звернення: 22.05.2025).
16. Krym_Partizans. Crimean Partisans [Telegram channel]. Telegram. 2025. URL: https://t.me/partizany_crimea (дата звернення: 22.05.2025).
17. Krym_Partizans. Partisans burned a railway relay cabinet near Stolbovov village, disrupting fuel supplies [Telegram post]. Telegram. 2025. URL: https://t.me/partizany_crimea/3039 (дата звернення: 22.05.2025).
18. Krymrealii. Verkhovna Rada appeals to international institutions to condemn Russian annexation [Telegram post]. Telegram. 2021. URL: <https://t.me/krymrealii/10194> (дата звернення: 22.05.2025).
19. Krymrealii. Joe Biden extends sanctions against Russia for annexation of Crimea [Telegram post]. Telegram. 2021. URL: <https://t.me/krymrealii/10287> (дата звернення: 22.05.2025).
20. Krymrealii. Four Crimean reservoirs filled after heavy rainfall [Telegram post]. Telegram. 2025. URL: <https://t.me/krymrealii/10888> (дата звернення: 22.05.2025).
21. Krymrealii. Number of Crimeans opposing Russian annexation increases [Telegram post]. Telegram. 2025. URL: <https://t.me/krymrealii/33367> (дата звернення: 22.05.2025).
22. Krymrealii. Crimean woman Kristina Kris transitions from beauty salon to combat medic [Telegram post]. Telegram. 2025. URL: <https://t.me/krymrealii/33434> (дата звернення: 22.05.2025).
23. Krymrealii. Sergey Malinovsky sentenced to 15 years for treason [Telegram post]. Telegram. 2025. URL: <https://t.me/krymrealii/33314> (дата звернення: 22.05.2025).
24. Krymrealii. Over 10 Russian soldiers killed in strike on ammunition depot in Oktyabrskoye [Telegram post]. Telegram. 2025. URL: <https://t.me/krymrealii/31927> (дата звернення: 22.05.2025).
25. Krymrealii. Crimea. Realities [Telegram channel]. Telegram. 2025. URL: <https://t.me/krymrealii> (дата звернення: 22.05.2025).
26. Marwick A., Lewis R. Media manipulation and disinformation online. New York : Data & Society Research Institute, 2017. URL: <https://datasociety.net/library/media-manipulation-and-disinfo-online/> (дата звернення: 22.05.2025).
27. Suspilne Crimea. Occupants report 259 new COVID-19 cases in Crimea and Sevastopol [Telegram post]. Telegram. 2021. URL: <https://t.me/suspilnecrimea/389> (дата звернення: 22.05.2025).
28. Suspilne Crimea. Water in the North Crimean Canal is reduced, muddy, and dirty [Telegram post]. Telegram. 2021. URL: <https://t.me/suspilnecrimea/428> (дата звернення: 22.05.2025).
29. Suspilne Crimea. Occupants announce mass tax inspections of markets in Crimea [Telegram post]. Telegram. 2021. URL: <https://t.me/suspilnecrimea/402> (дата звернення: 22.05.2025).
30. Suspilne Crimea. Suspilne Crimea [Telegram channel]. Telegram. 2025. URL: <https://t.me/suspilnecrimea> (дата звернення: 22.05.2025).

31. Van Dijk T.A. Discourse and power: Contributions to critical discourse studies. Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2008.
32. Yellowribbon. Photos prove Crimea is Ukraine, people await de-occupation [Telegram post]. Telegram. 2025. URL: https://t.me/yellowribbon_ua/11346 (дата звернення: 22.05.2025).
33. Yellowribbon. Yellow Ribbon [Telegram channel]. Telegram. 2025. URL: https://t.me/yellowribbon_ua (дата звернення: 22.05.2025).

УДК 81'367.624;81'42

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.2.11>**Olga SIVAIEVA**

Doctor of Philosophy, Senior Lecturer at the Department
of English Language and Communication,
Faculty of Romance and Germanic Philology,
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University,
o.sivaieva@kubg.edu.ua
ORCID: 0000-0003-0123-9446

Anhelina ZALIZNIAK

Doctor of Philosophy, Senior Lecturer at the Department
of English Language and Communication, Faculty
of Romance and Germanic Philology,
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University,
a.sliepushova@kubg.edu.ua
ORCID: 0000-0002-7727-737X

ADVERBIAL REPRESENTATION IN MEDICAL TEXTS: A CORPUS-BASED ANALYSIS

In the field of medical communication, the accurate transmission of information is not only essential for effective treatment but also vital for patient safety and professional credibility. While previous research has extensively examined medical terminology, nominal structures, and syntactic complexity, comparatively little attention has been devoted to adverbials – linguistic units that modify verbs, adjectives, or entire clauses. Despite their secondary grammatical status, adverbials serve a range of pragmatic functions, including indicating time, manner, degree, and stance. They can frame statements as tentative, emphasize certainty, or provide contextual cues that guide interpretation. Medical texts – ranging from peer-reviewed journal articles to patient-oriented informational materials – rely on varying types of adverbial constructions to structure arguments, signal evidential status, and mediate between clinical detachment and human empathy. As such, adverbials play a critical yet often overlooked role in shaping the tone, clarity, and epistemic stance of medical discourse. The aim of this study is to examine how adverbials are employed in written medical texts and to propose a classification framework based on their syntactic form and communicative function. Using a corpus-based approach, the analysis seeks to uncover patterns of usage that characterize the adverbial profile of medical writing, and to contribute to a more nuanced understanding of its stylistic and rhetorical conventions.

Key words: adverbials, classification, medical texts, corpus analysis, discourse, linguistics.

Ольга Сіваєва, Ангеліна Залізніак. ПРИСЛІВНИКИ В МЕДИЧНОМУ ДИСКУРСІ: КОРПУСНИЙ АНАЛІЗ

У сфері медичної комунікації точна передача інформації є не тільки важливою для ефективного лікування, але й життєво необхідною для безпеки пацієнтів та професійної довіри. Хоча попередні дослідження детально вивчали медичну термінологію, номінальні структури та синтаксичну складність, порівняно мало уваги приділялося прислівникам – мовним одиницям, що модифікують дієслова, прикметники або цілі речення. Попри їхній вторинний граматичний статус, адвербіали виконують низку прагматичних функцій, включаючи зазначення часу, способу дії, ступеня та ставлення. Вони можуть робити твердження нечіткими, підкреслювати впевненість або надавати контекстні підказки, що спрямовують інтерпретацію. Медичні тексти – від рецензованих журнальних статей до інформаційних матеріалів для пацієнтів – покладаються на різні типи адвербіальних конструкцій для структурування аргументів, сигналізування про доказовий статус та посередництва між клінічною відстороненістю та людською емпатією. Таким чином, адвербіали відіграють критичну, але часто недооцінену роль у формуванні тону, ясності та епістемічної позиції медичного дискурсу. Метою цього дослідження є вивчення того, як адвербіали використовуються в письмових медичних текстах, та пропонування класифікаційної рамки, заснованої на їхній синтаксичній формі та комунікативній функції. Використовуючи корпусний підхід, аналіз прагне виявити закономірності вживання, що характеризують адвербіальний профіль медичного письма, та зробити внесок у більш нюансоване розуміння його стилістичних та риторичних конвенцій.

Ключові слова: прислівники, класифікація, медичні тексти, корпусний аналіз, дискурс, лінгвістика.

Accurate communication is crucial in medicine, impacting everything from treatment effectiveness to patient safety and professional trust. While much research has focused on

medical terms, noun phrases, and sentence structure, adverbials – words or phrases that modify verbs, adjectives, or entire clauses – have received little attention. Despite their seemingly

secondary role, adverbials are vital for conveying meaning. They can indicate time, manner, degree, or attitude, making statements tentative, emphasizing certainty, or providing important context.

Medical texts, from research papers to patient information, use various adverbial constructions to build arguments, show evidence, and balance clinical objectivity with human empathy. This means adverbials are key, though often overlooked, in shaping the tone, clarity, and certainty of medical language.

This study aims to investigate how adverbials are used in written medical texts and to propose a classification system based on their form and function. By analyzing a collection of medical texts, we hope to uncover common patterns in adverbial usage, leading to a more detailed understanding of the stylistic and persuasive aspects of medical writing.

Adverbials are flexible linguistic units that can be realized as single words (e.g., *clearly*, *probably*), phrases (e.g., *with great precision*), or clauses (e.g., *as shown in previous studies*). They typically modify verbs, adjectives, or whole propositions, and contribute to meaning by expressing circumstances such as time, manner, place, degree, cause, and stance. In the context of systemic-functional linguistics, adverbials are often aligned with the circumstantial elements of a clause, playing a central role in interpersonal and textual metafunctions [4, c. 345].

Several classifications of adverbials have been proposed in linguistic literature. Biber et al. distinguish between adjuncts, disjuncts, and conjuncts, each serving distinct discourse functions. Adjuncts provide core information about action (e.g., *quickly*, *on Tuesday*), disjuncts express the speaker's attitude or stance (e.g., *frankly*, *unfortunately*), while conjuncts link clauses and signal discourse relationships (e.g., *therefore*, *however*) [1, 38]. In addition, adverbials can be categorized semantically into such groups as temporal, locative, manner, degree / extent, stance.

In scientific discourse, and especially in medical writing, epistemic adverbials (e.g., *likely*, *possibly*, *clearly*) are particularly significant, as they communicate the writer's confidence in the presented information. Hyland notes that such markers function as hedges or boosters, regulating the strength of claims and maintaining an appropriate level of tentativeness [5, c. 98].

Furthermore, medical texts often aim to balance objectivity and authority. This is frequently achieved through the strategic use of adverbials that either soften statements (e.g., *may contribute to*, *is potentially linked to*) or

reinforce them (e.g., *undoubtedly*, *clearly*). The rhetorical function of adverbials is therefore inseparable from their linguistic form, making them a key element of authorial voice and textual persuasion.

This study draws on the typological distinctions outlined above to analyze how adverbials function in medical texts, with the aim of developing a more refined classification system adapted to the needs of medical discourse.

The research adopts a qualitative corpus-based approach to analyze the use of adverbials in medical texts [7]. To ensure genre diversity and authenticity, a mini-corpus of 30 texts was manually compiled from publicly available, open-access sources. The texts were selected to represent three primary types of written medical communication:

1) Academic research articles ($n = 10$) were extracted from the PubMed Central Open Access Subset (PMC-OA), a freely accessible repository of peer-reviewed biomedical literature [8];

2) Patient-oriented informational texts ($n = 10$) were sourced from the reputable medical websites Mayo Clinic [6] and WebMD [9], which offer evidence-based information written in accessible language for a general audience;

3) Pharmaceutical leaflets ($n = 10$) were obtained from official drug information portals such as Drugs.com [2] and the European Medicines Agency (EMA) [3]. These texts follow a standardized format and are designed to provide clear, legally regulated instructions and risk information for patients.

This genre-balanced subcorpus provides a controlled yet representative basis for analyzing adverbial usage in authentic contemporary medical discourse. All texts were written in English and published between 2020 and 2024. The average length of each text is approximately 800 – 1200 words, yielding a total corpus size of roughly 30,000 words.

The analysis of adverbials across the corpus revealed both structural regularities and genre-specific functional patterns. This paper presents two interrelated levels of classification: first, a traditional semantic-syntactic typology widely used in linguistic analysis; and second, a functional-pragmatic framework developed to better capture the communicative roles of adverbials in medical discourse.

Following Biber et al. and Halliday & Matthiessen, adverbials were first categorized based on their semantic content and syntactic form [1; 4]. Six main types were observed:

– Temporal adverbials: indicating time, sequence, or frequency (e.g., *recently*, *after administration*, *in 2020*).

For instance, the sentence «*The fever started two days before admission.*» specifies the temporal onset of symptoms, while «*The patient was monitored hourly.*» highlights the frequency of a clinical procedure.

– Locative adverbials: indicating place or spatial reference (e.g., *at the injection site, in the lungs*).

Typical examples include «*Pain was reported in the lower abdomen*» and «*The injection was administered at the deltoid site*», both of which anchor clinical actions in specific anatomical locations.

– Manner adverbials: describing how an action is performed (e.g., *carefully, with precision*).

Manner is illustrated by sentences such as «*The surgeon operated with great precision.*» or «*The medication should be taken slowly to prevent nausea.*», where adverbials describe the quality or style of medical intervention.

– Degree / Extent adverbials: indicating intensity or scope (e.g., *significantly, mildly*).

Adverbials in the sentences like «*The symptoms were extremely severe.*» and «*The patient was fully aware of the risks.*» reflect how intensity and scope are modulated in clinical descriptions and patient communication.

– Epistemic / Stance adverbials: expressing confidence or evaluative position (e.g., *likely, clearly, in some cases*).

For example, «*The condition is likely to improve with treatment.*» expresses probabilistic confidence, while «*The diagnosis is clearly supported by the test results.*» conveys a high degree of certainty.

– Discourse / Linking adverbials: marking logical relations between clauses (e.g., *therefore, however, in contrast*).

Sentences such as «*Therefore, the treatment plan was adjusted accordingly.*» and «*However, further studies are needed to confirm these findings.*» demonstrate how adverbials structure argumentation and contrast in medical texts.

Across the full corpus the following overall distribution was observed:

While temporal and epistemic / stance adverbials were the most frequent overall, the genre-specific patterns reveal more nuanced tendencies. Academic articles exhibited a strong preference for epistemic adverbials (e.g., *likely, possibly, clearly*), which accounted for nearly 35% of all adverbials in this corpus [11]. These expressions allow authors to modulate claims and present evidence with the necessary caution typical of scientific discourse.

Patient-oriented texts favored temporal (e.g., *before use, after meals*) and manner adverbials (e.g., *gently, with care*) – together comprising over 50% of adverbials in this genre. These help guide patient behavior with clarity and empathy, emphasizing both when and how to perform certain health-related actions.

Pharmaceutical leaflets demonstrated a high frequency of temporal and degree/extent adverbials (e.g., *rarely, severely, in exceptional cases*), reflecting the legal and clinical need for precision and precaution in patient instructions. Notably, risk-oriented phrasing often involved adverbial modifiers that served both epistemic and ethical functions (e.g., *if necessary, only occasionally*).

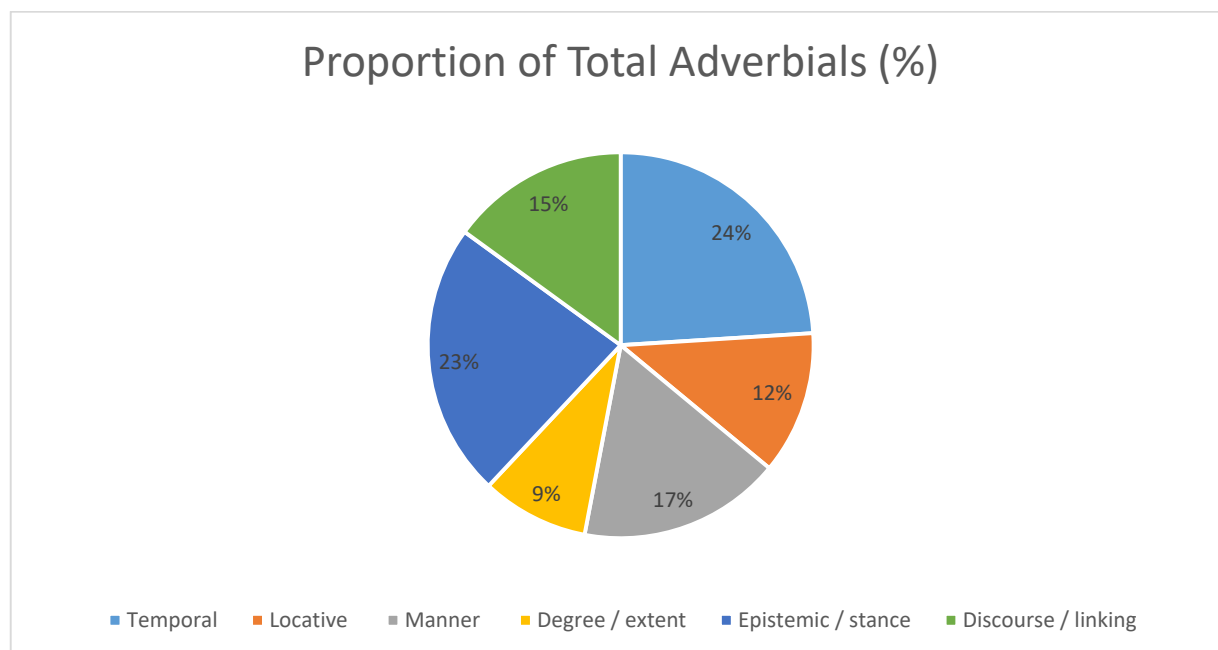


Fig. 1. Distribution of Adverbial Types across Medical Texts

These findings provide a foundational understanding of the linguistic diversity of adverbials and establish a useful baseline for further interpretation.

To better reflect the communicative aims of medical texts, a second level of classification was developed. This framework emphasizes the pragmatic function of adverbials in shaping reader perception, managing risk, structuring information, and reinforcing professional stance. The proposed categories are as follows:

1. Epistemic Modulators regulate the degree of certainty or authorial distance in a claim. Common in academic texts, they allow writers to present information tentatively or assertively. For example: *likely, possibly, undoubtedly, in some cases*.

2. Procedural Clarifiers specify conditions, timing, or steps related to medical procedures or instructions. They are especially prevalent in patient-facing texts and pharmaceutical leaflets. For example: *before use, during treatment, with water, after meals*.

3. Risk and Safety Markers express the frequency or severity of possible outcomes, these adverbials signal precaution and align with legal and ethical requirements in medical communication. For example: *rarely, severely, mildly, in exceptional cases*.

4. Reader Orientation Markers help the reader navigate complex information and maintain logical flow. They are important for coherence, particularly in academic texts. For example: *moreover, however, for instance, consequently*.

5. Ethical and Empathetic Modulators soften imperatives, express care, or signal optionality. They help maintain a patient-centered tone and are frequent in instructional and informational texts. For example: *as needed, with caution, if necessary, gently*.

Many adverbials serve more than one function and can be classified under both typologies. For example, *in some cases* is semantically temporal but pragmatically epistemic and risk-oriented. Likewise, *carefully* is a manner adverbial that also functions as an ethical softener when addressing patients.

The distribution of adverbials across these categories reveals important genre-based tendencies. Epistemic Modulators (27%) were most prevalent, particularly in academic research articles, where writers are expected to express degrees of certainty and maintain objectivity through hedging and booster expressions (e.g., *likely, undoubtedly*).

Procedural Clarifiers (24%) dominated in patient information texts and pharmaceutical leaflets, reflecting the need for clear, stepwise instructions (e.g., *before use, during treatment*) [10]. These adverbials are crucial for ensuring safe application of therapies and medications.

Risk and Safety Markers (18%) were especially common in pharmaceutical texts, often employed to convey legal and clinical warnings (e.g., *rarely, severely, in exceptional cases*).

Reader Orientation Markers (16%) such as *however* or *for instance* were more frequent in academic texts, guiding readers through complex argumentation.

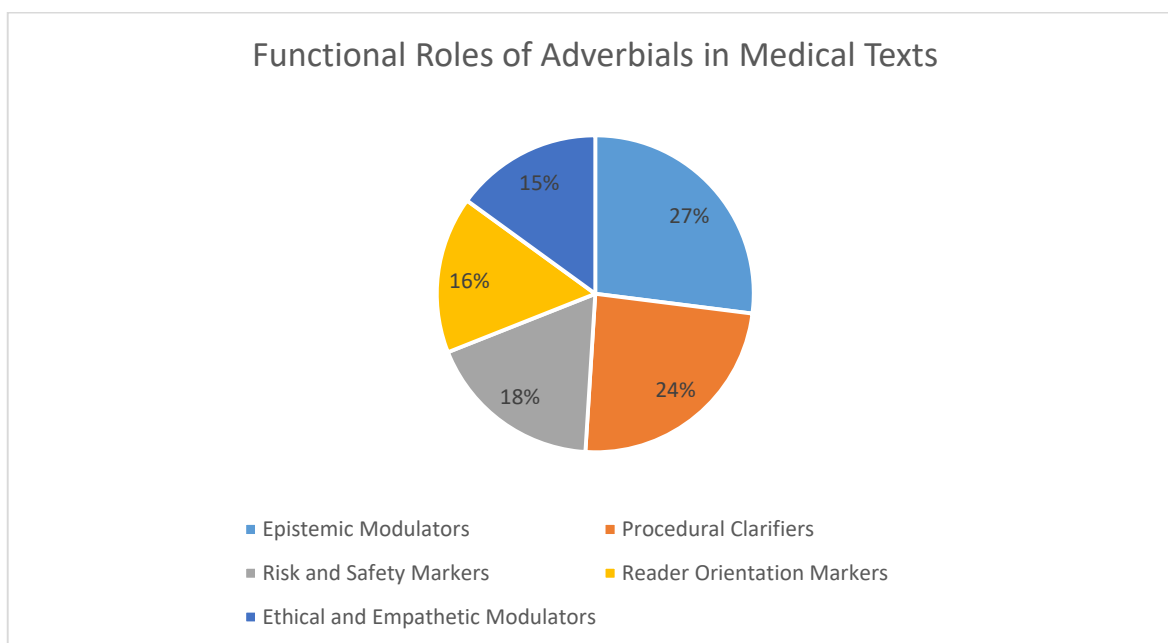


Fig. 2. Functional Roles of Adverbials in Medical Texts

Finally, Ethical and Empathetic Modulators (15%) appeared primarily in patient-facing texts. Adverbials like *gently*, *if necessary*, and *with caution* contribute to a tone of respect, care, and shared responsibility, softening imperatives and supporting patient trust.

This distribution supports the view that adverbials play a significant rhetorical and interpersonal role in medical communication. Their usage is shaped not only by grammatical or informational needs, but also by ethical considerations, genre conventions, and audience expectations.

By integrating structural and pragmatic perspectives, this dual classification provides a more nuanced understanding of how adverbials operate in medical discourse. It reveals that beyond grammatical function, adverbials in medical texts are powerful discursive tools that balance clarity, caution, authority, and empathy.

Table 1 shows clear genre-based preferences in the use of adverbials. Academic articles display a strong tendency toward epistemic modulation, with 47 instances reflecting the rhetorical need to hedge claims and indicate authorial stance. In contrast, procedural clarifiers dominate in patient information texts and pharmaceutical leaflets (44 and 38 respectively), underscoring the instructional function of these genres. Risk and safety markers, often tied to legal or ethical caution, are especially prevalent in pharmaceutical materials. Ethical and empathetic expressions are most common in patient-oriented content, where tone and trust are vital.

Table 2 presents the semantic dimensions of adverbial usage across genres. Stance and epistemic adverbials are most common in academic writing, affirming their role in expressing uncertainty and logical positioning. Temporal and frequency-based adverbials appear regularly in patient and pharmaceutical texts, where sequencing and dosage are crucial. Interestingly, manner/modal adverbials, such as ‘with caution’ or ‘as needed’, reflect tone management and are especially frequent in patient education materials and drug leaflets, further emphasizing the interplay of instruction and empathy.

The analysis of adverbials in this study demonstrates that these seemingly peripheral linguistic units serve essential functions in medical writing. Beyond their syntactic role, adverbials contribute significantly to how information is structured, interpreted, and emotionally received by different audiences. The dual-level classification – semantic-syntactic and functional-pragmatic – allows for a deeper appreciation of the communicative strategies employed in medical discourse.

One of the most salient findings is the genre sensitivity of adverbial usage. Academic research articles favor epistemic modulators and discourse markers that help build arguments and express cautious interpretation of findings. This reflects the inherently tentative nature of scientific knowledge and the importance of preserving professional credibility through hedging and precise attribution of certainty.

In contrast, patient-oriented texts and pharmaceutical leaflets prioritize clarity and

Distribution of Adverbials by Functional-Pragmatic Role and Genre

Table 1

Genre	Epistemic Modulator	Ethical / Empathetic Modulator	Procedural Clarifier	Reader Orientation Marker	Risk and Safety Marker
Academic Article	47	2	5	31	6
Patient Information Text	12	22	44	7	10
Pharmaceutical Leaflet	6	15	38	4	27

Distribution of Adverbials by Semantic Type and Genre

Table 2

Genre	Degree / Extent	Locative	Manner	Manner / Modal	Stance / Epistemic	Temporal	Frequency
Academic Article	18	4	8	3	42	21	6
Patient Information Text	6	6	16	9	10	22	19
Pharmaceutical Leaflet	10	11	15	13	9	17	24

safety. Here, procedural clarifiers and risk markers dominate. The consistent use of temporal adverbials (*after meals, before use*) and safety-related expressions (*rarely, in severe cases*) indicates a shift from persuasive or exploratory language to instructive and regulatory functions. These adverbials not only instruct the patient but also protect the provider by maintaining legal precision.

The emergence of a distinct category labeled ethical and empathetic modulators is particularly noteworthy. This category, while underrepresented in traditional typologies, is crucial in fostering patient trust and demonstrating sensitivity in healthcare communication. Adverbials such as *gently* or *if necessary* play a dual role – softening directives while also signaling professional care and flexibility. This pragmatic function becomes especially important in instructional texts, where

imperatives must be balanced with respect and understanding.

The analysis revealed that adverbials are not merely syntactic modifiers but serve as key communicative tools that shape the tone, clarity, and rhetorical stance of medical discourse. The proposed classifications may serve not only descriptive and analytical purposes but also practical applications in medical writing training, translation, and health literacy improvement. The dual-layered classification highlights how different types of adverbials – temporal, epistemic, procedural, and empathetic – fulfill distinct functions depending on genre and audience.

Future research may expand on these findings by analyzing larger corpora, exploring multimodal contexts, or comparing cross-linguistic patterns in medical communication.

Bibliography:

1. Biber D., Johansson S., Leech G., Conrad S., Finegan E. Longman Grammar of Spoken and Written English. Longman. 1999.
2. Drugs.com. (n.d.). Drugs.com: Prescription Drug Information. URL: <https://www.drugs.com/>
3. European Medicines Agency. (n.d.). Medicines. URL: <https://www.ema.europa.eu/en/medicines>
4. Halliday M. A. K., and Christian M. I. M. Matthiessen. Halliday's Introduction to Functional Grammar. 4th ed., Routledge, 2014.
5. Hyland Ken. Hedging in Scientific Research Articles. Vol. 54, John Benjamins Publishing Company, 1998.
6. Mayo Clinic. (n.d.). Mayo Clinic. URL: <https://www.mayoclinic.org>
7. McEnery, Tony M. and Andrew W. Corpus Linguistics: An Introduction. Edinburgh: Edinburgh University Press. 2001. P. 217–232. URL: <https://www.twirpx.com/file/893556/>
8. National Library of Medicine (US). PubMed Central Open Access Subset [Internet]. Bethesda (MD): National Library of Medicine; 2003. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/tools/openftlist>
9. WebMD. (n.d.). URL: <https://www.webmd.com>
10. Stubbs M. Text, corpora and problems of interpretation: A response to Widdowson. Applied Linguistics. 2001. P. 149–172. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Texts%2C-corpora%2C-and-problems-of-interpretation%3A-A-Stubbs/eeab3b8a1c9dbc35f2eccc24e8d6dc1d7879de02>
11. Xiao, R.Z. and McEnery, A.M. Collocation, semantic prosody and near synonymy: A cross-linguistic perspective. *Applied Linguistics*. 27 (1). 2006. P. 103–129. URL: https://www.academia.edu/2986741/Xiao_R_and_McEnery_T_2006_Collocation_semantic_prosody_and_near_synonymy_A_cross_linguistic_perspective

УДК 070:004.9:316.77

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.2.12>**Валентина СТЕКОЛЬЩИКОВА**

кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент, завідувач кафедри журналістики та філології,
ПЗВО «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика»,
Vagantsva@gmail.com
ORCID: 0000-0002-2076-971X

Юрій БІДЗІЛЯ

доктор наук із соціальних комунікацій,
професор кафедри журналістики, декан філологічного факультету,
Державний вищий навчальний заклад
«Ужгородський національний університет»,
bidzilja@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5134-3239

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ПЕРЕВІРКИ ФАКТІВ У ЦИФРОВІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ

Стрімкий розвиток цифрових технологій, зокрема автоматизованих систем штучного інтелекту (далі – ШІ), створює нові можливості для перевірки фактів у журналістській практиці, але водночас породжує виклики, пов'язані з етикою, об'єктивністю та прозорістю медіа. Актуальність дослідження зумовлена потребою адаптувати міжнародні інноваційні підходи щодо перевірки фактів до вітчизняного контексту з урахуванням особливостей цифрової інфраструктури та соціокультурного середовища. Метою статті є комплексний аналіз інноваційних методів фактчекінгу, що застосовується в цифровій журналістиці, з акцентом на їхню ефективність, виклики впровадження та практичну доцільність для українських редакцій. Методологічну основу становили загальнонаукові методи аналізу, порівняння та узагальнення. Здійснено контент-аналіз джерел, що дало змогу виокремити основні інструменти, які застосовуються провідними світовими медіа, та оцінити їхню відповідність українському контексту. У процесі дослідження визначено переваги та обмеження цифрових технологій перевірки фактів, зокрема застосування ШІ-алгоритмів, автоматизованих платформ і баз даних. З'ясовано, що ефективне впровадження інновацій у сфері фактчекінгу можливе лише за умови поєднання технологічних рішень із розвитком професійних стандартів, навчанням журналістів та етичним супроводом процесів автоматизації. Особливу увагу приділено потребі створення локалізованих баз знань та розвитку національної мережі співпраці між фактчекерами, редакціями та ІТ-спільнотами. Запропоновано низку практичних рекомендацій для вдосконалення цифрового фактчекінгу в Україні, що передбачають технологічну інтеграцію, модернізацію етичних протоколів, розвиток прозорих механізмів звітності та формування стійкої інфраструктури довіри між медіа та аудиторією. Наукова новизна роботи полягає в систематизації сучасних інноваційних методів перевірки фактів у цифрових медіа та обґрунтуванні перспектив їхньої адаптації до українських реалій. Перспективи подальших досліджень пов'язані з емпіричним тестуванням запропонованих рішень у діяльності українських медіаорганізацій та розширенням міждисциплінарної співпраці у сфері цифрової журналістики.

Ключові слова: автоматизований фактчекінг, цифрове медіасередовище, етичні стандарти, дезінформація, журналістська відповідальність, штучний інтелект, алгоритмічна прозорість.

Valentyna Stiekolshchykova, Yuriy Bidzilya. INNOVATIVE FACT-CHECKING METHODS IN DIGITAL JOURNALISM

The rapid development of digital technologies, in particular automated artificial intelligence systems, creates new opportunities for fact-checking in journalistic practice, but at the same time raises challenges related to ethics, reliability and transparency of the media. The relevance of the study is due to the need to adapt international innovative approaches to fact-checking to the domestic context, taking into account the peculiarities of the digital infrastructure and socio-cultural environment. The purpose of the article is a comprehensive analysis of innovative fact-checking methods used in digital journalism, with an emphasis on their effectiveness, implementation challenges and practical feasibility for Ukrainian editorial offices. The methodological basis was general scientific methods of analysis, comparison and generalization. A content analysis of sources was conducted, which allowed us to identify key tools used by leading world media and assess their relevance to the Ukrainian context. The study identified the advantages and limitations of digital fact-checking technologies, in particular the use of AI algorithms, automated platforms and databases. It was established that effective implementation of innovations in the field of fact-checking is possible only if technological solutions are combined with the development of professional standards, training of journalists and ethical support of automation processes. Particular attention is paid to the need to create localized knowledge bases and develop a national network of cooperation between fact-checkers, editorial offices and IT communities. A number of practical recommendations are proposed for improving digital fact-checking in Ukraine,

which include technological integration, modernization of ethical protocols, development of transparent reporting mechanisms and formation of a stable infrastructure of trust between the media and the audience. The scientific novelty of the work lies in the systematization of modern innovative methods of fact-checking in digital media and substantiation of the prospects for their adaptation to Ukrainian realities. Prospects for further research are related to empirical testing of the proposed solutions in the activities of Ukrainian media organizations and the expansion of interdisciplinary cooperation in the field of digital journalism.

Key words: *automated fact-checking, digital media environment, ethical standards, disinformation, journalistic responsibility, artificial intelligence, algorithmic transparency.*

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У цифрову епоху журналістика зазнає стрімких трансформацій під впливом новітніх інформаційно-комунікаційних технологій. Особливої гостроти набуває проблема поширення неперевіреної інформації, маніпулятивних наративів та дезінформаційних кампаній, що підривають довіру до медіа та формують викривлене сприйняття суспільно важливих подій. У відповідь на ці виклики перед журналістикою постає завдання не лише оперативного, але й об'єктивного інформування, що вимагає застосування інноваційних методів перевірки фактів.

Традиційні механізми фактчекінгу виявились неефективними в умовах гібридних інформаційних загроз, особливо під час воєнних конфліктів, інформаційних війн та цифрового терору. Журналісти, що працюють у таких умовах, дедалі активніше застосовують ШІ, технології OSINT (Open Source Intelligence) та цифрові інструменти для верифікації даних [10]. Сучасні дослідження підтверджують, що саме ці засоби гарантують оперативність, точність та масштабованість перевірки фактів [14, с. 3–4].

Водночас технологізація перевірки інформації зумовлює нові етичні та методологічні виклики. Застосування цифрових інструментів вимагає дотримання принципів журналістської етики та прав людини, що актуалізує потребу в узгодженні технічних можливостей і професійних стандартів. Окрім того, розвиток фактчекінгу є одним з основних критеріїв визначення авторитетності журналістики як соціального інституту.

З огляду на зазначене, дослідження інноваційних методів перевірки фактів у цифровій журналістиці є не лише актуальним, а й необхідним для формування сучасного професійного поля журналістики, здатного протистояти дезінформації та зміцнювати інформаційну безпеку. Особливого значення ця проблематика набуває в контексті міждисциплінарного поєднання журналістики, інформаційних технологій та етики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження інноваційних методів фактче-

кінгу в цифровій журналістиці відбувається на стику кількох галузей: медіаетики, інформаційних технологій, теорії журналістики та цифрових комунікацій. Передусім доцільно згадати праці, присвячені впливу цифровізації на журналістські стандарти. Зокрема, Ю. Бідзіля та Г. Гецько зосереджують увагу на трансформації професійних орієнтирів під впливом цифрових технологій, зазначаючи, що в нових умовах особливого значення набуває компетенція з перевірки об'єктивності джерел [1]. Автори наголошують на необхідності адаптації стандартів журналістики до цифрової доби, що є передумовою для розвитку інноваційних практик фактчекінгу.

Методи перевірки фактів аналізують Г. Йордан, В. Тарасюк та О. Лаврик [5]. Автори розглядають фактчекінг як інструмент, що визначає якість журналістського продукту, і підкреслюють ефективність застосування цифрових платформ для верифікації даних у контексті медіа воєнного часу. У цьому ж контексті П. Дворянин підкреслює, що стандарти журналістської діяльності потребують перегляду в умовах воєнного часу, коли оперативність подання інформації часто домінує над ретельною перевіркою фактів [3].

Інший важливий напрям охоплює застосування штучного інтелекту та OSINT у журналістській практиці. У цьому контексті К. Тесленко досліджує конкретні кейси використання ШІ для верифікації інформації, зокрема під час висвітлення збройних конфліктів, акцентуючи на практичному потенціалі інструментів автоматизованої перевірки фактів [10]. Штучний інтелект у ширшому контексті медіатехнологій розглядає О. Ситник, вказуючи на потенційні ризики алгоритмічної упередженості [9]. Критичний погляд на майбутнє журналістської довіри в умовах автоматизованої перевірки пропонує П. Джонсон (P. Johnson), піддаючи сумніву здатність ШІ повністю замінити людську експертизу [16].

Ще один аспект досліджень – це вивчення потреб користувачів щодо технологій перевірки фактів. Науковці Л. Дірікс (L. Dierickx) та К. Лінден (C. Lindén) демонструють, що впровадження інновацій у журналістиці має враховувати не лише ефективність інструмен-

тів, а й зворотний зв'язок із читачами [15]. Такий підхід дає змогу критично оцінити соціальну релевантність нових технологій.

У контексті фактчекінгу важливе значення має дослідження механізмів поширення дезінформації та виявлення її джерел. Класифікацію методологій ідентифікації фейків, зокрема за допомогою алгоритмічного аналізу джерел, пропонують О. Лозинська та співавтори [7]. Проте ці методики не завжди адаптовані до журналістської практики й залишаються переважно теоретичними. До проблематики фактчекінгу тематично дотичні праці В. Улибіна [11] та І. Фурси [12], які аналізують етичні аспекти журналістської діяльності та висвітлення прав людини українськими медіа в кризових умовах. Автори наголошують, що відповідальність журналіста за об'єктивність є важливою передумовою інтеграції фактчекінгових технологій у щоденну професійну практику. Дослідниця О. Чайкун вважає, що в умовах кризових ситуацій трансформується сама природа комунікації між засобами масової інформації (далі – ЗМІ) та аудиторією, що вимагає від журналістів гнучкіших і технічно підготовлених методів перевірки інформації [13].

Автори колективної монографії «Соціальні комунікації та медіа технології в контексті міждисциплінарних досліджень» слушно наголошують на важливості міждисциплінарного підходу до дослідження комунікаційних процесів, зокрема взаємодії журналістики, соціальних медіа та цифрових технологій [4]. Серед публікацій, присвячених підготовці фахівців, варто виокремити працю С. Гнатишин, яка досліджує роль блогосфери як середовища формування професійних навичок, зокрема фактчекінгу [2], колективну роботу українських науковців, що розглядають роль цифрових технологій у розвитку не лише журналістської практики, але й дослідницьких компетенцій [17].

Трансформації комунікативного середовища присвячена робота В. Корнеєва і Т. Сашук [6]. Автори аналізують зміни в структурі медіаполя під впливом цифрових трендів, наголошують на важливості адаптації журналістики до нових комунікативних форматів функціонування в умовах трансформації традиційних і новітніх медіа, розглядають специфіку побудови та розвитку комунікаційних середовищ за умови зростання значущості регіональних медіа.

Переконливим прикладом синтезу інноваційності та критичного підходу є праця Х. Сіксто-Гарсія (J. Sixto-García) та Х. Лопес-Гарсія (X. López-García), у якій розглянуто процеси

внутрішньої інновації в журналістиці як відповідь на кризу довіри до ЗМІ [18]. Автори акцентують на необхідності впровадження інновацій не лише як технічного інструменту, а і як складника переосмислення ціннісної парадигми сучасної журналістики.

Проте, попри наявність численних досліджень, окремі аспекти проблеми залишаються недостатньо вивченими. Зокрема, потребують додаткової уваги питання інтеграції фактчекінгових алгоритмів у щоденну журналістську практику в Україні. Наявні розробки переважно мають або оглядовий характер, або зосереджуються на окремих технологіях без розкриття їхнього взаємозв'язку з професійними стандартами. До того ж недостатньо досліджено, як інноваційні методи впливають на довіру аудиторії до медіа в довгостроковій перспективі.

Формулювання мети статті (постановка завдання). Метою цієї статті є комплексне дослідження інноваційних методів перевірки фактів у цифровій журналістиці з урахуванням трансформації медійного середовища, зростання ролі штучного інтелекту, потреби дотримання журналістських стандартів та етичних принципів в умовах гібридних інформаційних загроз. Для досягнення поставленої мети сформульовано такі завдання:

дослідити типологію сучасних інноваційних методів фактчекінгу, що застосовуються в цифровій журналістиці;

проаналізувати переваги та ризики використання зазначених методів у контексті їхньої відповідності журналістським стандартам, з урахуванням викликів етики, довіри аудиторії та впливу на якість контенту;

виокремити основні напрями вдосконалення механізмів перевірки фактів у цифрових медіа та сформулювати практичні рекомендації щодо інтеграції ефективних інноваційних технологій в українську журналістську практику з урахуванням міжнародного досвіду.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній цифровій журналістиці сформувалася низка інноваційних підходів до перевірки фактів, що ґрунтуються на застосуванні новітніх технологій та мережевих можливостей. Традиційний ручний фактчекінг за участі редакторів-експертів доповнюється автоматизованими системами, здатними оперативно обробляти великі масиви даних. Дослідники виокремлюють два основних підходи: мануальний (за участю фахівців) та автоматизований (застосування алгоритмів ШІ) для виявлення неправдивої інформації [7, с. 58-60]. Інноваційні методи фактчекінгу тяжіють саме до автоматизованого під-

ходу, інтегруючи технології ШІ, інструменти OSINT та колективну обробку даних. Це дає змогу журналістам ефективніше виявляти фейки, верифікувати джерела інформації та покращувати точність публікацій.

Застосування ШІ у фактчекінгу стало одним з основних трендів. Алгоритми обробки природної мови та машинного навчання можуть автоматично порівнювати твердження з наявними базами даних, виявляти текстові та візуальні аномалії та навіть прогнозувати ймовірність фейкової інформації [1, с. 206–207]. Наприклад, медіаорганізації експериментують із системами, що аналізують текст і метадані повідомлень для миттєвої перевірки їхньої об'єктивності. Важливо підкреслити, що інструменти ШІ розглядаються не як заміна журналістської діяльності, а як допоміжний засіб: за висновками західноєвропейських досліджень, такі технології мають функціонувати зі збереженням участі людини в процесі («human-in-the-loop») і забезпечувати прозорість та пояснюваність дій [15, с. 2–3]. Отже, автоматизований фактчекінг значно підвищує швидкість перевірки й частково розвантажує журналістів від однотипної стандартної роботи, даючи можливість зосередитися на аналітиці. Водночас упровадження ШІ вимагає контролю редакції, оскільки алгоритми можуть допускати похибки чи упередженість, що потребує ручного редагування.

Іншим інноваційним напрямом є OSINT-технології – розвідка на основі відкритих джерел. Журналісти дедалі активніше застосовують цифрові інструменти для пошуку та перевірки інформації у відкритому доступі: соціальних мережах, базах даних, реєстрах, картографічних сервісах тощо. За допомогою OSINT можна встановлювати геолокацію фото- та відеоматеріалів, перевіряти автентичність зображень через зворотний пошук, відстежувати першоджерела новини або допису. Зокрема, в умовах висвітлення воєнних конфліктів фактчекінгові методи набули особливої ваги: журналісти активно застосовують супутникові знімки, спеціалізовані інструменти для верифікації відеоконтенту (зокрема, InVid), а також цифрові бази даних, як-от Bellingcat's Digital Investigation Tools, для ретельного аналізу джерел та встановлення походження інформації [8; 10]. OSINT-методи характеризуються гнучкістю й дають змогу оперативно реагувати на інформаційні виклики, інтегруючи широке коло даних для верифікації фактів. Вони вже довели ефективність у боротьбі з дезінформацією та фейками в режимі реального часу, особливо в кризових ситуаціях [13, с. 100–101].

Окремо варто наголосити на алгоритмічних методах виявлення дезінформації. Вони передбачають аналіз великих даних та інформаційних потоків для виявлення прихованих закономірностей поширення фейків. Деякі дослідники пропонують класифікації методологій ідентифікації фейкових новин та їхніх джерел за допомогою штучних нейронних мереж, аналізу соціальних графів тощо [7, с. 58–60]. Такі алгоритми здатні автоматично визначати підозрілі повідомлення або облікові записи, що є джерелами фейків, ще до того, як інформація набуде широкого розголосу. Хоча ці технології демонструють значний потенціал (наприклад, методи глибокого навчання перевершують традиційні за точністю виявлення дезінформації), їхнє впровадження в практичну журналістику поки що обмежене. Значна частина таких рішень залишається на рівні експериментальних моделей у наукових лабораторіях і широко не інтегрована в редакційну практику через складність, вартість або відсутність фахівців відповідної кваліфікації.

До того ж у межах сучасного фактчекінгу активно розвивається напрям колективної та краудсорсингової перевірки фактів, що передбачає залучення широкого кола учасників – від міжредакційної взаємодії до активної участі самої аудиторії в процесі верифікації інформації. У міжнародній практиці виникають мережі фактчекерів та платформи, де журналісти різних видань обмінюються даними перевірки в оперативному режимі. Паралельно вдосконалюється культура взаємодії з аудиторією: спеціалізовані сервіси надають можливість читачам надсилати сумнівні твердження для перевірки або ознайомлюватися з фактчек-досьє на актуальні теми [15, с. 2–3].

У таблиці 1 узагальнено основні різновиди інноваційних методів фактчекінгу та їхні характеристики.

Представлена типологія відображає синтез технологічних та організаційних рішень, що нині застосовуються для гарантування об'єктивності журналістського контенту. Інноваційні методи фактчекінгу охоплюють технологічні рішення (ШІ, алгоритми, цифрові інструменти) та нові організаційні підходи (мережеву співпрацю, залучення аудиторії). Їхнє поєднання спрямоване на посилення здатності журналістики протистояти потоку дезінформації.

Упровадження інноваційних технологій перевірки фактів здатне істотно вплинути на дотримання журналістських стандартів, етичні засади професії, рівень довіри аудиторії та якість контенту. Однією з основних

Таблиця 1

Сучасні інноваційні методи перевірки фактів у цифровій журналістиці

Метод / технологія	Характеристика та призначення	Приклади реалізації
Автоматизований фактчекінг (ШІ-алгоритми)	Застосування штучного інтелекту для перевірки тверджень: алгоритми аналізують тексти, дані та метадані, зіставляючи їх із перевіреними джерелами. Підвищує швидкість і масштаб перевірки, знижує навантаження на журналістів	NLP-моделі для виявлення фейків; проекти на зразок Full Fact AI (автоматична перевірка фактів)
OSINT та цифрова розвідка	Розвідка з відкритих джерел: пошук і аналіз доступної інформації онлайн для верифікації фактів. Дає змогу встановити джерело контенту, перевірити автентичність фото / відео, відстежити маршрути поширення новини	InVid, WeVerify – верифікація відео; OSINT-технології (Bellingcat Tools); перевірка соцмереж (пошук першоджерела твітів тощо)
Алгоритмічне виявлення дезінформації	Застосування методів великих даних, машинного та глибокого навчання для автоматичного виявлення фейкових повідомлень і джерел дезінформації. Забезпечує проактивне виявлення потенційно неправдивого контенту	Нейромережі для детекції фейків (RNN, CNN); класифікатори для пошуку ботів і координованих мереж поширення дезінформації
Колективний (краудсорсинговий) фактчекінг	Спільна перевірка фактів через співпрацю журналістів між різними медіа та залучення аудиторії. Сприяє обміну даними та підвищує прозорість процесу, враховує суспільний запит на об'єктивність	CrossCheck (міжредакційний фактчек-проект); інтерактивні платформи для читачів (надсилання на перевірку новин, коментування спростувань)

Джерело: сформовано авторами на основі даних [1, с. 206–207; 7, с. 59–60; 8; 10; 13, с. 100–101; 15, с. 2–3].

переваг є підвищення стандартів точності та об'єктивності, що безпосередньо пов'язано з дотриманням журналістських стандартів у цифровому середовищі. Сучасні інструменти перевірки фактів сприяють зміцненню принципів професійної етики, забезпечуючи верифікацію інформації до її публічного поширення. Автоматизовані системи здатні миттєво вивіряти інформацію з базами даних, що допомагає журналістам уникати фактичних помилок і перевіряти більше тверджень за одиницю часу [1, с. 206–207]. Отже, технології посилюють стандарт правдивості, полегшуючи перевірку фактів перед публікацією. Окрім того, цифрові платформи дають змогу документувати процес верифікації, підвищуючи прозорість роботи журналіста. Водночас надмірна залежність від автоматизованих алгоритмів може становити ризик для стандартів. Якщо журналіст сліпо довіряє результатам ШІ без належної перевірки, можливі випадки поширення помилково «підтвердженої» інформації, що порушує принцип правдивості.

Інноваційні фактчекінгові технології зумовлюють нові етичні виклики в журналістиці. З одного боку, їхнє застосування відповідає журналістським стандартам та етичним нормам щодо правдивості: ретельна перевірка запобігає поширенню дезінформації, захищаючи суспільні інтереси. Дослідники підкрес-

люють, що фактчекінг сьогодні є базовим інструментом забезпечення об'єктивності, сприяючи підвищенню стандартів етики та медіаграмотності в редакціях [5, с. 214–215]. Автоматизовані системи здатні запобігати етичним порушенням, своєчасно виявляючи сумнівний контент, зокрема маніпулятивні дані, і тим самим надаючи журналісту можливість уникнути ненавмисного поширення неправдивої інформації. З іншого боку, самі технології можуть стати джерелом етичних проблем.

Алгоритми ШІ інколи виявляють алгоритмічну упередженість, наприклад, тенденційно оцінюють інформацію залежно від тренувальних даних, що може викривлювати картину. До того ж надмірне покладання на технічні засоби здатне послабити критичність журналіста: етично важливо, щоб він розумів принципи роботи інструмента й перевіряв його висновки. Науковець О. Ситник зауважує, що застосування ШІ в медіа порушує питання прозорості та етичної надійності, оскільки алгоритми не здатні нести моральну відповідальність за допущені помилки [9, с. 261–262]. Отже, етичні переваги впровадження ШІ полягають у зниженні рівня дезінформації та маніпуляцій у медіа завдяки поглибленому фактчекінгу, тоді як основними ризиками залишаються можливі упередження алгоритмів, їхня

непрозорість і розмиття меж відповідальності між людиною та машиною.

Інноваційні методи перевірки фактів можуть як підвищити, так і знизити рівень довіри суспільства до медіа. Активний фактчекінг у цифрових ЗМІ сприяє зростанню довіри: аудиторія бачить, що медіа дбають про правдивість контенту, спростовують фейки, тим самим зміцнюючи свою репутацію надійного джерела [5, с. 214–215]. Дослідження показують, що системна боротьба з дезінформацією через фактчекінг здатна зменшити кількість фейкових новин і маніпуляцій в інформаційному полі, що позитивно позначається на суспільній довірі [16, с. 1469–1471]. Окрім того, залучення аудиторії до фактчекінгу (через інтерактивні платформи, спільні проекти) робить публіку співучасником процесу встановлення істини, що додатково підвищує рівень довіри та медіаграмотності громадян.

Запровадження новітніх методів перевірки фактів безпосередньо впливає на якісні характеристики журналістського матеріалу. Перевагами тут є підвищення точності, глибини й збалансованості контенту. Журналісти, озброєні потужними інструментами фактчекінгу, можуть впевнено оперувати даними, наводити перевірені факти, оперативно виправляти неточності. Це сприяє підвищенню стандартів об'єктивності. Як наголошують українські дослідники сучасні технології допомагають журналістам досягати більшої точності, унеможливаючи поширення неперевіреної інформації [1, с. 206–207]. Автоматизація стандартних процесів перевірки розвантажує журналістів і дає їм змогу більше уваги приділити аналітиці й творчому опрацюванню теми, що теж покращує якість матеріалів. Водночас ризики охоплюють можливе спрощення контенту та зниження його різноманітності. Якщо редакції занадто стандартизують процес перевірки за допомогою одних і тих же алгоритмів, існує небезпека уніфікації подання інформації. Наприклад, надмірна автоматизація ризикує перетворити журналістику на просте відтворення «сухих» фактів, позбавлених глибини контексту, аналітичного мислення та людського виміру.

У таблиці 2 відображено, як інноваційні фактчекінгові методи корелюють із головними принципами журналістики – стандартами, етикою, довірою та якістю контенту.

Аналіз виявлених переваг та викликів дав змогу сформулювати низку рекомендацій для вдосконалення інноваційних механізмів фактчекінгу в українському медіасередовищі. Їхнє впровадження має забезпечити одно-

часну адаптацію передових технологій до національного контексту та збереження довіри аудиторії до професійної журналістики. Насамперед ідеться про інтеграцію автоматизованих систем перевірки фактів за участі редакцій та з чітким дотриманням стандартів етики. Досвід провідних медіа демонструє ефективність початкової фільтрації фейків за допомогою ШІ, однак остаточне рішення має ухвалювати журналіст із забезпеченням прозорості алгоритмів та подвійної перевірки результатів [14, с. 5–7; 16, с. 1475–1476].

Водночас для повноцінного впровадження інновацій необхідно інвестувати в розвиток цифрових компетентностей працівників ЗМІ. Освітні програми з фактчекінгу, розуміння принципів машинного навчання та етичного застосування технологій сприятимуть формуванню нової редакційної культури. Оновлення етичних протоколів повинно передбачати прозорість у використанні ШІ, відповідальність журналіста за результати перевірки, а також захист персональних даних [1, с. 209–210; 15, с. 1–2].

Попри наявні переваги інноваційних методів перевірки фактів, темпи їхнього впровадження в українських цифрових медіа залишаються вкрай нерівномірними, що зумовлює необхідність окремого аналізу перешкод інституційного та системного характеру. Практичний досвід редакцій свідчить, що навіть за наявності базових технічних передумов фактчекінг у багатьох випадках не трансформується в постійну редакційну практику. Це зумовлено, насамперед, комбінацією структурних, політичних та соціальних факторів.

По-перше, істотним стримувальним чинником є фінансові та ресурсні обмеження. Висока вартість розробки або придбання автоматизованих платформ, складність технічної підтримки інструментів ШІ, а також відсутність постійного фінансування програм навчання персоналу знижують можливості навіть провідних ЗМІ забезпечити систематичний фактчекінг. Для багатьох редакцій проекти перевірки фактів залишаються залежними від донорської допомоги або грантів, що не гарантує довгострокової стійкості. Крім того, низький рівень оплати праці аналітиків і журналістів-розслідувачів, які безпосередньо залучені до перевірки даних, спричиняє відтік кадрів до комерційно привабливіших секторів інформаційної аналітики.

По-друге, ускладнює запровадження інноваційного фактчекінгу наявний тиск на медіа та пов'язані з цим журналістські ризики. Фактчекери в Україні, як і в багатьох інших

Таблиця 2

Переваги та ризики інноваційних методів фактчекінгу в цифрових медіа

Аспект	Переваги (можливості)	Ризики (виклики)
Журналістські стандарти	підвищення точності та оперативності перевірки фактів завдяки автоматизації, зміцнення стандарту об'єктивності матеріалів; прозорість процесу: фіксація джерел і методів перевірки, що узгоджується з професійними нормами	залежність від алгоритмів може призводити до технічних помилок і порушення стандарту точності (поширення неперевіреної інформації через технічні перешкоди); зниження рівня контролю журналіста за процесом: автоматизація може вступати в конфлікт із принципом особистої відповідальності журналіста
Етика журналістики	запобігання неетичному поширенню чуток і фейків: технології сприяють фільтрації дезінформації, підтримуючи принцип правдивості; виявлення прихованих маніпуляцій (мови ворожнечі, пропаганди) за допомогою ШІ сприяє дотриманню етичних норм	алгоритмічна упередженість: ШІ може несвідомо дискримінувати або хибно інтерпретувати дані, порушуючи етичну нейтральність; непрозорість рішень: неясність роботи алгоритмів ускладнює етичну оцінку дій журналіста та розмиває межі відповідальності між людиною й технологією
Довіра аудиторії	більше довіри до медіа через систематичний фактчекінг: спростування фейків підвищує репутацію видання як надійного джерела; залучення аудиторії до перевірки (інтерактивні інструменти) формує спільноту однодумців, яка більше довіряє результатам перевірки	ризик втрати довіри в разі помилки алгоритму: технічні проблеми або хибний «вердикт» ШІ можуть спричинити погіршення репутації медіа серед аудиторії; скептичне ставлення частини аудиторії до автоматизації: без прозорого пояснення процесу перевірки користувачі можуть не довіряти «машинним» спростуванням більше, ніж людським
Якість контенту	покращення фактичної точності матеріалів, усунення помилок і неточностей перед публікацією; глибший аналіз: зекономлений час журналіст витрачає на дослідження теми, що підвищує інформативність та аналітичність контенту	можливе спрощення змісту: надмірна стандартизація перевірки може знизити різноманітність подання, контент стане однотипним та менш творчим; затримка з випуском новин: тривала перевірка кожного факту може сповільнити висвітлення подій, що впливає на конкурентність медіа в стрімкому новинному циклі

Джерело: сформовано авторами на основі даних [1, с. 206–207; 5, с. 214–215; 8; 9, с. 261–262; 10; 16, с. 1469–1471].

країнах, стикаються з опором з боку політичних гравців, бізнес-структур та організованих груп впливу, для яких викриття дезінформації є загрозою репутаційного чи економічного характеру. Такі умови призводять до прямих або опосередкованих спроб тиску на редакції, що можуть виявлятися як у формі судових переслідувань, так і в кампаніях із дискредитації в соцмережах. Особливої актуальності ця проблема набуває в умовах війни, коли журналісти, які здійснюють фактчекінг повідомлень про бойові дії або гуманітарну ситуацію, стають об'єктами як інформаційних атак, так і фізичних загроз. Це формує атмосферу тривалої психологічної напруги та сприяє самоцензурі.

По-третє, труднощі зумовлені зміною поведінкових моделей медіаспоживачів та алгоритмізацією поширення контенту. У значній частині аудиторії, особливо з низьким рівнем медіаграмотності, присутнє упереджене ставлення до перевірених фактів. Добросо-

вісний фактчекінг нерідко сприймається як політично заангажований або спрямований на формування певного світогляду. Цю тенденцію посилюють алгоритми соціальних мереж, які надають перевагу сенсаційним, емоційно забарвленим матеріалам, що підвищують залучення, навіть якщо вони є дезінформаційними. У таких умовах правдивий контент, зокрема спростування фейків, часто виявляється менш видимим та має обмежене охоплення. Це створює парадокс: ретельно перевірена інформація виявляється менш конкурентоспроможною порівняно з вірусним контентом сумнівного походження.

Комплекс зазначених перешкод демонструє, що ефективне впровадження інноваційних методів фактчекінгу потребує не лише технологічної модернізації, а й структурного реформування галузі. У перспективі кожен із зазначених напрямів (фінансова сталість, безпека журналістської діяльності, просування медіаграмотності та регулювання цифрових

платформ) має стати об'єктом окремих емпіричних досліджень. Їхні результати можуть слугувати основою для формування державної політики у сфері інформаційної безпеки, яка поєднуватиме підтримку фактчекінгу з гарантуванням свободи слова та редакційної незалежності.

З метою підвищення рівня довіри аудиторії важливо створити інфраструктуру прозорості: регулярні звіти про процес фактчекінгу, впровадження принципів незалежного аудиту тощо. Це не лише легітимізує діяльність редакцій, а й забезпечить обмін досвідом і технологіями. Сприяння міждисциплінарній співпраці між редакціями, IT-спеціалістами та аналітиками даних, зокрема у формі хакатонів чи грантових проєктів, відкриває нові можливості для розвитку локальних рішень у сфері медіатехнологій. Також актуально є локалізація міжнародного досвіду, зокрема експерименти з блокчейн-технологіями для прозорого редагування контенту або створення україномовних баз даних перевірених фактів. Такий підхід забезпечить не лише технічну ефективність, а й культурну релевантність фактчекінгу.

Отже, інноваційні методи перевірки фактів повинні стати інтегрованою частиною редакційної політики, заснованої на професіоналізмі, етичних стандартах і довірі аудиторії. Інновації мають бути органічно інтегровані в культуру медіаорганізацій, а не залишатися лише технічним інструментом. У випадку України це набуває особливого значення з огляду на виклики воєнного часу: боротьба з дезінформацією вимагає від медіа не лише оперативності, але й глибокої відповідальності. Впровадження цих рекомендацій сприятиме не лише адаптації української журналістики до нових реалій, а і її утвердженню як сфери, здатної ефективно реагувати на глобальні виклики епохи цифрової комунікації.

Висновки. Дослідження засвідчило, що сучасна система фактчекінгу в українських цифрових медіа ще не є цілісною та впорядкованою: інтеграція інноваційних технологій, зокрема штучного інтелекту та автоматизованих платформ, залишається обмеженою й нерівномірною. Порівняно з міжнародним досвідом, де цифрові інструменти ефективно використовуються для автоматизованої первинної перевірки інформації з одночасним

збереженням редакційного контролю, вітчизняні медіа поки що лише частково адаптують такі підходи.

Аналіз переваг і ризиків інноваційних методів фактчекінгу вказує на необхідність балансу між технологічною ефективністю та дотриманням журналістських стандартів, зокрема в аспектах етики, прозорості й збереження довіри аудиторії. Водночас окреслено стратегічні напрями вдосконалення механізмів перевірки фактів, які передбачають як технічні, так і кадрові, організаційні та нормативні зміни. Зокрема, запропоновано розширити застосування пояснюваних алгоритмів, посилити підготовку журналістів у сфері цифрового фактчекінгу, оновити етичні кодекси з урахуванням роботи з автоматизованими системами, а також запровадити механізми зовнішньої верифікації, сертифікації та звітності. Важливим результатом стало обґрунтування комплексу рекомендацій для запровадження інновацій у фактчекінг, адаптованих до українських реалій. Вони охоплюють як технічні, так і організаційні та етичні аспекти, зокрема потребу в міждисциплінарній співпраці, локалізації глобальних практик та створенні національної мережі фактчекінгу.

Отримані результати мають прикладне значення для редакцій новинних платформ, аналітичних центрів, громадських організацій, які займаються моніторингом інформаційного простору, а також для освітніх установ, які готують майбутніх журналістів. Запропоновані підходи можуть бути застосовані для розробки внутрішніх редакційних протоколів, створення систем підготовки кадрів, а також формування державної політики з протидії дезінформації під час війни.

Подальші дослідження можуть бути спрямовані на оцінювання ефективності впровадження інновацій у конкретних медіаорганізаціях, аналіз соціального сприйняття автоматизованих фактчекінгових систем серед журналістів та аудиторії, а також на розроблення типових етичних протоколів взаємодії людини й алгоритму в журналістиці. Актуальним також є питання побудови національного корпусу фейкових наративів, особливо для навчального й моніторингового його використання. Усе це сприятиме системному розвитку фактчекінгу як важливого компонента стійкої інформаційної екосистеми в Україні.

Література:

1. Бідзіля Ю., Гецько Г. Вплив новітніх технологій на трансформацію професійних стандартів у журналістиці. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Т. 36 (75). № 2. С. 205–213. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/31>

2. Гнатишин С. Блогосфера в системі професійної підготовки сучасних журналістів. *Communications and Communicative Technologies*. 2025. № 25. С. 38–44. DOI: <https://doi.org/10.15421/292505>
3. Дворянин П. Розуміння стандарту: пошуки нових правил у журналістиці війни. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2024. Вип. 54–55. С. 43–57. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2024.54-55.12146>
4. Дрешпак В., Кодацька Н., Сенкевич Г., Чикаренко О., Ятчук О., Авраменко І., Павленко Є. Соціальні комунікації та медіатехнології у контексті міждисциплінарних досліджень: колективна монографія. Дніпро, 2023. 229 с. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/handle/123456789/5776> (дата звернення: 14.06.2025).
5. Йордан Г. М., Тарасюк В. Ю., Лаврик О. В. Вплив фактчекінгу на якість інформації в епоху цифрової журналістики. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Т. 36 (75). № 2. С. 214–222. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/32>.
6. Корнєєв В., Сашук Т. Комунікаційне середовище в умовах трансформації медіасистеми. *Вісник Книжкової палати*. 2025. № 2. С. 30–38. DOI: [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.2\(343\).30-38](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.2(343).30-38)
7. Лозинська О., Висоцька В., Марків О., Назаркевич М. Аналіз методологій виявлення джерел дезінформації. *Herald of Khmelnytskyi National University. Technical sciences*. 2024. Т. 341. № 5. С. 57–64. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5732-2024-341-5-8>
8. Свистуха Д. Змінюється фокус, але не інтерес. Яка медіаприсутність України у світі – звіт BRAND UKRAINE. *Медіамейкер: вебсайт*. 2025. URL: <https://mediamaker.me/zminyuuyetsya-fokus-ale-ne-interes-ya-ka-mediapryсутnist-ukrayiny-u-sviti-zvit-brand-ukraine-16166/> (дата звернення: 14.06.2025).
9. Ситник О. Проблематика впровадження штучного інтелекту в сучасних ЗМІ та медіатехнологіях. *Український інформаційний простір*. 2023. № 2(12). С. 252–265. DOI: [https://doi.org/10.31866/2616-7948.2\(12\).2023.291187](https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(12).2023.291187)
10. Тесленко К. Висвітлення збройних конфліктів у добу цифрових технологій: як журналісти використовують ІІІ, OSINT та інноваційні інструменти. *Національна спілка журналістів України: офіційний сайт*. 2025. URL: <https://nsju.org/navchannya/vysvitlennya-zbrojnyh-konfliktiv-u-dobu-czyfrovyyh-tehnologij-yak-zhurnalisty-vykorystovuyut-shi-osint-ta-innovacziyni-instrumenty/> (дата звернення: 15.06.2025).
11. Улибін В. Етичні аспекти роботи журналіста в умовах воєнного стану. *Інтегровані комунікації*. 2023. № 1 (15). С. 95–103. DOI: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2023.1512>
12. Фурса І. Висвітлення прав людини в українських медіа: тенденції та проблеми. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Т. 35 (74). № 6. С. 259–264. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.6/41>
13. Чайкун О. Медіа в умовах кризових ситуацій: трансформація комунікативної взаємодії з аудиторіями. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія*. 2024. Вип. 4 (14). С. 92–107. DOI: <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.16>
14. Cazzamatta R., Sarisakaloğlu A. Mapping Global Emerging Scholarly Research and Practices of AI-supported Fact-Checking Tools in Journalism. *Journalism Practice*. 2025. DOI: <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2463470>
15. Dierickx L., Lindén C. Journalism and fact-checking technologies: Understanding user needs. *Communication+ I*. 2023. Vol. 10. № 1. P. 1–28. DOI: <https://doi.org/10.7275/cpo.1879>
16. Johnson P. A case of claims and facts: Automated fact-checking the future of journalism's authority. *Digital Journalism*. 2024. Vol. 12. № 10. P. 1461–1484. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2174564>
17. Oliinyk I., Bidzilya Yu., Solomin Ye., Shapovalova H., Hetsko H. The Role of Digital Technologies in Building Research Competencies of Future Doctors of Philosophy. *The Journal of Education, Culture, and Society*. 2023. Vol. 14. № 2. P. 268–284. DOI: <https://doi.org/10.15503/jecs2023.2.268.284>
18. Sixto-García J., López-García X. Innovative innovation in journalism. *Journalism*. 2025. Vol. 26. № 1. P. 65–88. DOI: <https://doi.org/10.1177/14648849231219359>

УДК 811.161.2:005.95/.96

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.2.13>**Олег ТОМЧУК**

кандидат філологічних наук,

Придунайська філія ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом»,

maup06@ukt.net

ORCID: 0009-0008-0676-0904

Антоніна ДОРОШЕВА

кандидат історичних наук, доцент,

Придунайська філія ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом»,

maup06@ukt.net

ORCID: 0000-0003-3257-7173

Любов ЛЮТФАЛІЄВА

викладач кафедри економіки та менеджменту,

Придунайська філія ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом»,

menedzmentuk@gmail.com

ORCID: 0009-0001-9290-5805

РОЛЬ МЕНЕДЖЕРА У ФОРМУВАННІ МОВНОЇ ПОЛІТИКИ В КОНТЕКСТІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ І КУЛЬТУРИ В УПРАВЛІННІ

Стаття присвячена дослідженню ролі менеджера в процесі формування мовної політики організації, зокрема в контексті українізації. Аналізуються теоретичні засади мовної політики, її вплив на корпоративну культуру та комунікаційні процеси в організації. Особлива увага приділяється практичним аспектам реалізації українізації в організаціях різних форм власності та галузей. Визначено ключові функції менеджера як провідника українізації: стратегічне планування, комунікація та мотивація персоналу, моніторинг та оцінка ефективності мовної політики. Досліджено методи подолання опору змінам, зокрема через навчання, інформаційні кампанії та залучення співробітників до процесу трансформації. Результати дослідження можуть бути корисними для розробки рекомендацій щодо впровадження ефективної мовної політики в організаціях, сприяючи зміцненню національної ідентичності та підвищенню ефективності внутрішньої комунікації.

У статті також розглядається стратегічна роль менеджера в реалізації державної мовної політики в організаціях, зокрема в аспекті впровадження української мови як домінуючого елементу корпоративної культури. Під впливом актуалізації мовного питання в Україні, на тлі геополітичних загроз і процесів утвердження національної ідентичності, посилюється потреба у створенні повноцінного україномовного середовища в публічному та приватному секторах. Законодавче закріплення статусу української мови як єдиної державної потребує не лише формального дотримання норм, а й глибокого усвідомлення її значення для сталого розвитку організацій та держави в цілому. Обґрунтовано, що менеджер, як носій управлінської відповідальності, має відігравати активну роль у трансформації мовного середовища, діючи як ініціатор, координатор і фасилітатор змін.

У дослідженні українська мова розглядається не лише як інструмент офіційного спілкування, а як символ національної гідності, фактор інтеграції колективу, засіб соціальної згуртованості та важливий елемент організаційної стратегії. Її впровадження в щоденну практику управління створює передумови для зміцнення демократичних цінностей, розвитку громадянської свідомості та формування сталого іміджу установи. Українська мова представлена в статті як ключ до ефективного комунікаційного простору, що поєднує професіоналізм, національну ідентичність і соціальну відповідальність бізнесу та управлінських структур.

Ключові слова: мовна політика, українізація, менеджер, організація, корпоративна культура, комунікація, мовна ідентичність, управління змінами, стратегічне планування, мотивація персоналу.

Oleh Tomchuk, Antonina Dorosheva, Liubov Liutfalieva. THE ROLE OF THE MANAGER IN FORMING LANGUAGE POLICY IN THE CONTEXT OF THE UKRAINIAN LANGUAGE AND CULTURE IN MANAGEMENT

The article is devoted to the study of the manager's role in shaping the language policy of an organization, particularly in the context of Ukrainization. Theoretical foundations of language policy, its influence on corporate culture, and communication processes within organizations are analyzed. Special attention is paid to the practical aspects of implementing Ukrainization across organizations of various ownership forms and sectors. The key functions of a manager as a facilitator of Ukrainization are identified: strategic planning, communication and employee motivation, as well as monitoring and evaluating the effectiveness of language policy. Methods of

overcoming resistance to change are explored, including training, informational campaigns, and employee engagement in the transformation process. The research results may be useful in developing recommendations for the effective implementation of language policy in organizations, contributing to the strengthening of national identity and enhancing internal communication efficiency.

The article also examines the strategic role of managers in implementing state language policy within organizations, focusing in particular on the introduction of the Ukrainian language as a dominant element of corporate culture. Against the backdrop of increased attention to language issues in Ukraine, geopolitical threats, and ongoing processes of national identity consolidation, there is a growing need to establish a full-fledged Ukrainian-language environment in both public and private sectors. The legal consolidation of Ukrainian as the sole state language requires not only formal compliance with regulations but also deep awareness of its significance for sustainable development of both organizations and the country as a whole. It is substantiated that the manager, as a bearer of managerial responsibility, must play an active role in transforming the language environment by acting as an initiator, coordinator, and facilitator of change.

In this study, the Ukrainian language is considered not merely as a tool of official communication but as a symbol of national dignity, a factor of team integration, a means of social cohesion, and a key element of organizational strategy. Its implementation into daily management practices lays the foundation for strengthening democratic values, developing civic consciousness, and building a sustainable institutional image. Ukrainian is presented in the article as a gateway to an effective communicative space that unites professionalism, national identity, and the social responsibility of businesses and management structures

Key words: Language policy, Ukrainization, manager, organization, corporate culture, communication, language identity, change management, strategic planning, employee motivation.

Постановка проблеми. Мовна політика є невід'ємною складовою національної безпеки та ідентичності держави. В умовах посилення уваги до мовного питання в Україні, особливого значення набуває впровадження україномовного середовища в усіх сферах суспільного життя, зокрема в організаціях. Законодавчі ініціативи, спрямовані на забезпечення функціонування української мови як державної, вимагають ефективного управління цим процесом на рівні підприємств, установ, компаній. У цьому контексті постає потреба в осмисленні ролі менеджера – не лише як адміністративного керівника, а як провідника мовної трансформації організаційної культури. Попри наявність нормативної бази, на практиці спостерігаються труднощі у впровадженні україномовної комунікації, що зумовлює актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень. У соціолінгвістиці поняття «мовна політика» є одним із фундаментальних. Хоч цей термін уже давно входить до наукового лексикону, його інтерпретація змінюється залежно від того, як дослідники оцінюють доцільність, можливості та методи його впровадження. Вважається, що вперше «мовну політику» сформулював Дж. Фішман у 1970 році [12].

Поняття мовного менеджменту в організаціях розвивається на перетині мовного планування та корпоративних комунікацій. У дисертації М. І. Бігарі комплексно окреслено механізми формування й реалізації державної мовної політики: від нормативно-правових засад до маркетингових технологій і оцінки ефективності через підвищення мовнокомунікативної компетентності суб'єктів публічного управління [2].

Н. М. Гришина та М. І. Бігарі пропонують людиноцентричний підхід до навчання публічних службовців, у якому мовна компетентність розглядається як ключовий ресурс для якісного надання державних послуг та формування довіри між владою й громадянами [4].

У ширшому філософсько-соціологічному контексті В. М. Дрешпак аналізує комунікації публічного управління крізь призму етики та соціальної інтеграції, підкреслюючи, що будь-яка політика і політичні рішення неминує включати мовний вимір [5].

Концепцію «мовного менеджменту» як бізнес-інструмента деталізує Т. В. Ковальова, визначаючи суб'єктів управління та виділяючи управлінські практики для запровадження державної мови в організаціях різних рівнів [6]. А Ж. Санден показує, як мовний менеджмент може функціонувати як стратегічний інструмент у мультикультурних компаніях, інтегруючи теоретичні підходи з практичними рекомендаціями з бізнес-стратегій [5].

Таким чином, хоча фундаментальні засади мовного менеджменту та державної мовної політики в організаціях значною мірою окреслені як у вітчизняних, так і в зарубіжних дослідженнях, роль менеджера як безпосереднього провідника українізації корпоративної культури потребує додаткового емпіричного обґрунтування та розробки практичних механізмів.

Метою статті є обґрунтування ролі менеджера як ключового провідника українізації в процесі формування та реалізації мовної політики організації шляхом теоретико-методичного аналізу існуючих механізмів, виявлення ефективних управлінських практик

та розробки практичних рекомендацій щодо впровадження державної мови в корпоративне середовище.

Виклад основного матеріалу. Мовна політика розуміється як цілеспрямований вплив на мовну ситуацію, що спонукає її розвиватися в певному напрямі й забезпечує оптимальне функціонування мов у суспільстві. У науковому дискурсі термін «мовна політика» охоплює як соціолінгвістичний аспект – планування й нормалізацію мовних норм, так і законодавчо-правовий – розробку нормативно-правових актів та механізмів їхньої реалізації. Це поняття включає системний підхід до управління мовними ресурсами: встановлення статусу мови, визначення сфер її застосування, розробку стратегій і методів імплементації політики на різних рівнях державного та організаційного управління.

Українські вчені О.М. Куць та В.В. Заблоцький у монографії «Мовна політика в Україні» визначають мовну політику як сукупність цілеспрямованих дій суб'єктів етнополітики (держави, етнічних спільнот, політичних партій тощо), спрямованих на задоволення національно-мовних інтересів, узгодження міжнародних відносин і зміцнення стабільності поліетнічного суспільства [8].

Конституція України (стаття 10) закріплює статус української мови як єдиної державної: «Державною мовою в Україні є українська мова». Водночас вона зобов'язує державні органи забезпечувати всебічний розвиток і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя. Конституція також гарантує вільний розвиток, використання і захист мов національних меншин та сприяє вивченню мов міжнародного спілкування. Застосування мов в Україні визначається не лише цією статтею, а й спеціальними законами, що деталізують конституційні норми.

Законом України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» (№ 2704-VIII від 25.04.2019) встановлено основні сфери обов'язкового застосування державної мови: у державному управлінні, освіті, культурі, ЗМІ, сфері послуг та документообігу. Закон передбачає порядок сертифікації державних службовців та працівників сфери обслуговування, визначає види санкцій за порушення норм і регламентує процедури притягнення до відповідальності [9]. Таким чином, цей нормативно-правовий акт поєднує встановлення жорстких вимог із механізмами контролю та підтримки.

Контроль за імплементацією цього закону покладено на Національну комісію зі стандартів державної мови, яка здійснює роз-

робку стандартів, методів тестування рівня володіння мовою та проводить моніторинг виконання законодавчих норм. Комісія функціонує як центральний орган виконавчої влади зі спеціальним статусом, діяльність якого координується Кабінетом Міністрів України через міністра освіти і науки. До її завдань належать також розробка методичних рекомендацій і проведення освітніх кампаній для підвищення мовної компетентності держслужбовців.

Впровадження мовної політики в організаціях є складним і багатогранним процесом, що включає трансляцію державних мовних норм у конкретні практики та правила внутрішньої комунікації. Цей процес вимагає системного підходу, який охоплює розробку відповідних внутрішніх документів, регламентів, а також організацію навчальних заходів для персоналу. Впровадження мовної політики вимагає не лише формального дотримання нормативних актів, а й створення середовища, в якому використання державної мови стає природною і необхідною складовою корпоративної культури [12].

Ключову роль у реалізації мовної політики в організаціях відіграє менеджер, який виступає провідником змін і координатором усіх пов'язаних із цим процесів. Менеджер забезпечує інтеграцію мовної політики у загальну стратегію розвитку організації, організовує комунікацію між різними структурними підрозділами та контролює виконання поставлених завдань. Крім того, менеджер виступає мотиватором і лідером, здатним подолати опір співробітників, забезпечуючи тим самим ефективне впровадження та сталий розвиток українізації в робочому середовищі.

Ефективність мовної політики значною мірою залежить від компетентності менеджера у питаннях управління змінами, знання законодавчої бази та навичок міжособистісної комунікації. Менеджер повинен володіти здатністю адаптувати державні норми до специфіки діяльності організації, залучати працівників до активної участі у мовних ініціативах, а також постійно аналізувати результати та коригувати стратегію впровадження. Таким чином, менеджер стає центральною фігурою, яка формує корпоративну мовну культуру та забезпечує реалізацію державної політики на рівні конкретної організації.

Проведений аналіз наукових джерел та практичних підходів свідчить про те, що впровадження мовної політики в організаціях є комплексним процесом, який потребує системного підходу та активної участі менеджера.

Вважаємо важливим впровадження системного та поетапного підходу до впровадження мовної політики в організаціях, що ґрунтується на ретельно структурованому проєктному циклі. Кожен етап цього циклу повинен враховувати соціокультурні, правові, організаційні, а також економічні особливості конкретної громади чи установи. У цьому контексті менеджер виступає провідником мовної політики, відповідальним за планування, координацію і контроль усіх її етапів.

Такий підхід дозволяє не лише формалізувати процес розробки й впровадження програми, а й забезпечити її адаптивність та гнучкість в умовах постійних змін соціального середовища. Практичні рекомендації, які викладені нижче, розроблено на основі систематичного аналізу результатів досліджень, що спрямовані на підвищення ефективності мовної політики в організаціях, з урахуванням сучасних викликів і потенційних ризиків.

На етапі програмування мовної політики в організації особливо важливо забезпечити проведення всебічних досліджень із застосуванням як кількісних, так і якісних методів збору даних. Опитування працівників, інтерв'ю з керівниками підрозділів, фокус-групи та внутрішні обговорення дозволяють виявити реальні мовні потреби різних категорій персоналу, а також проблеми, що виникають у процесі використання мов у професійній діяльності. Особливу увагу слід приділяти аналізу мовних уподобань, рівня володіння мовами, а також специфіці комунікації між різними відділами, що сприяє розробці більш точних і релевантних заходів [3].

Врахування вікових, освітніх, культурних та професійних відмінностей серед співробітників організації дозволяє сформувати комплексний і адаптований до конкретного колективу підхід до мовної політики. Це сприяє створенню сприятливого комунікаційного середовища, підвищенню ефективності внутрішньої взаємодії і зміцненню корпоративної культури. Узагальнення проблем, пов'язаних із мовним бар'єром чи нерівномірним використанням мов у робочому процесі, допомагає інтегрувати мовну політику з іншими напрямками організаційного розвитку, зокрема навчанням, адаптацією нових співробітників та підвищенням кваліфікації.

Крім того, важливо врахувати вплив мовної політики на формування корпоративної ідентичності та іміджу організації як відкритої і толерантної структури. Залучення працівників до обговорення мовних норм і правил у колективі через опитування і дискусії дозволяє підвищити рівень їхньої залу-

ченості та відповідальності за впровадження політики. Такий системний підхід створює основу для розробки ефективних, соціокультурно обґрунтованих і практично реалізованих заходів, спрямованих на вдосконалення мовної комунікації в організації [5].

Вивчення досвіду впровадження подібних програм у інших громадах чи організаціях є важливим інструментом для формування стратегії програмування. Аналіз успішних практик дозволяє виокремити ефективні методики, адаптувати їх до локальних умов і водночас уникнути типових помилок, характерних для певних типів проєктів. Залучення експертів, науковців і практиків до розробки програми підвищує її якість і наукову обґрунтованість. Загалом, етап програмування є базовим для подальшої успішної реалізації мовної політики, оскільки саме на цьому етапі закладаються основи, що визначають характер і спрямованість усієї подальшої діяльності.

Етап ідентифікації передбачає проведення SWOT-аналізу, що включає системний розгляд сильних і слабких сторін організації у сфері регулювання мовних питань. Важливо визначити ті аспекти мовної політики, які є потужними ресурсами для реалізації програми, а також виявити слабкі місця, які потребують додаткової уваги та корекції. Такий аналіз сприяє формуванню чіткого уявлення про внутрішні можливості та обмеження, що є необхідною передумовою для ефективного планування подальших дій [2].

Крім внутрішнього аналізу, необхідно враховувати зовнішні фактори, які можуть впливати на впровадження мовної політики в організації. Оцінка зовнішнього середовища допомагає виявити потенційні шанси для розвитку та інтеграції мовних ініціатив, а також ризики, що можуть перешкоджати реалізації заходів програми. Такий комплексний підхід дозволяє більш гнучко реагувати на зміни зовнішніх умов та забезпечує адаптивність програми.

Окрім того, ідентифікація передбачає прогнозування реакції колективу на запропоновані зміни, що важливо для мінімізації опору та сприяння ефективній комунікації. Розуміння внутрішньої атмосфери, мотиваційних чинників та потенційних бар'єрів дає змогу розробити заходи з підтримки позитивного сприйняття мовної політики і забезпечити більш високий рівень залученості працівників у процес її впровадження [5].

Формулювання програми є ключовим етапом, на якому на основі результатів попередніх досліджень та аналізу формується

детальний план заходів і дій. Важливо, щоб план включав чітко визначені цілі, завдання та індикатори результативності, що дасть змогу системно оцінювати прогрес. Програма має передбачати механізми залучення різних зацікавлених сторін, які повинні бути задіяні не лише на етапі розробки, а й протягом усієї реалізації проекту. Особливу увагу слід приділити формуванню умов для ефективної взаємодії між учасниками, що сприяє спільному вирішенню проблем та підтримці комунікації [11].

Визначення виконавців із розподілом ролей і зон відповідальності підвищує прозорість та відповідальність у процесі реалізації програми. Крім того, опис очікуваних результатів і критеріїв оцінки дозволяє контролювати якість виконання завдань і своєчасно коригувати діяльність. Не менш важливим є створення системи звітності і регулярного інформування всіх зацікавлених сторін про стан реалізації, що підвищує довіру і підтримку серед учасників. Таким чином, формування програми виступає як організаційно-методичний каркас для успішного впровадження мовної політики.

Етап фінансування є ключовим для успішного впровадження мовної політики в організації. На цьому етапі варто детально проаналізувати наявні ресурси та визначити можливості залучення додаткових коштів для реалізації запланованих заходів. Важливо враховувати не лише внутрішній бюджет організації, а й потенційні зовнішні джерела фінансування, які можуть суттєво розширити можливості програми [10].

Одним із ефективних шляхів забезпечення фінансування є співпраця з різними донорами – міжнародними організаціями, благодійними фондами підтримки культурних і соціальних ініціатив. Такий підхід дозволяє розподілити фінансове навантаження, а також отримати додаткову експертну підтримку й посилити довіру до проекту. Для цього доцільно підготувати чіткі і аргументовані проєктні пропозиції, які відповідатимуть вимогам потенційних донорів.

Крім того, потрібно забезпечити прозорість і ефективність використання коштів, що сприятиме підтримці довгострокових партнерських відносин з донорами. Важливо також передбачити механізми контролю та звітності, які дозволять своєчасно відслідковувати фінансові потоки та коригувати бюджет відповідно до змін у програмі. Такий системний підхід до фінансування підвищує шанси на успішну реалізацію мовної політики [7].

На етапі упровадження мовної політики в організації основна увага приділяється формуванню комфортного і мотивуючого українськомовного середовища. Це включає активне використання української мови у внутрішньому спілкуванні між працівниками, під час нарад, тренінгів, презентацій та повсякденних робочих процесів. Важливо створити умови, за яких кожен член колективу відчуватиме підтримку та заохочення до вільного і впевненого користування державною мовою. Для цього організовують мовні клуби, тематичні зустрічі, культурні події, які сприяють неформальному спілкуванню українською та підвищенню мовної компетентності [2].

Організаційна культура відіграє важливу роль у впровадженні мовної політики, оскільки вона формує ставлення до змін, готовність до нововведень і ступінь підтримки ініціатив. Створення позитивного клімату, спрямованого на відкритість і співпрацю, допомагає подолати опір і сприяє консолідації зусиль різних сторін. Водночас необхідно проводити навчальні та інформаційні заходи для підвищення рівня компетентності і усвідомлення важливості мовної політики. Такий комплексний підхід забезпечує сталість і послідовність процесу впровадження.

Менеджер як провідник українізації відіграє ключову роль у цьому процесі. Він не лише контролює виконання заходів мовної політики, а й виступає натхненником та прикладом для колег, демонструючи повагу і любов до української мови. Менеджер організовує заходи з розвитку комунікативних навичок, допомагає долати мовні бар'єри, підтримує ініціативи співробітників щодо популяризації мови в колективі. Завдяки його лідерству створюється атмосфера, де мовне середовище є природним і бажаним для кожного [1].

Останній етап впровадження мовної політики в організації – це моніторинг та оцінка, який має системний і постійний характер. Він передбачає регулярне відстеження реального стану мовного середовища, рівня використання української мови у повсякденному спілкуванні, а також оцінку ефективності впроваджених заходів. Важливо збирати зворотній зв'язок від працівників, аналізувати, наскільки мовна політика відповідає потребам колективу і чи стимулює бажання спілкуватися українською.

Менеджер у цьому процесі виконує роль координатора збору даних, організовує опитування, фокус-групи або інші методи оцінювання, а також ініціює обговорення результатів із командою. На основі отриманих даних

він виявляє сильні сторони та проблемні зони, що дозволяє приймати своєчасні рішення для корегування стратегії впровадження мовної політики.

За потреби, на підставі результатів моніторингу, відбувається повернення до етапу ідентифікації, щоб актуалізувати цілі, врахувати нові виклики або змінити підходи. Такий циклічний процес забезпечує гнучкість і адаптивність мовної політики, сприяючи її сталому розвитку й ефективній інтеграції в організаційну культуру.

Таким чином, впровадження мовної політики стає живим процесом трансформації організаційної культури, де українська мова міцно утверджується як основний засіб комунікації, сприяючи єдності колективу і підвищенню професійної взаємодії. Роль менеджера в цьому процесі – бути активним фасилітатором, підтримувати і направляти мовну трансформацію, щоб забезпечити її сталий і ефективний розвиток.

Висновки та перспективи. Отже, менеджер відіграє ключову роль у впровадженні мовної політики в організації, адже саме він координує процеси українізації та адаптує державні вимоги до конкретних умов підприємства. Для успішного управління мовними

змінami необхідно поєднувати стратегічне планування з ефективною мотивацією працівників і створенням відкритої комунікації. Це допомагає зменшити опір змін і формує позитивне ставлення до нововведень серед колективу.

Важливим аспектом є розробка практичних рекомендацій щодо поетапного впровадження мовної політики, що враховують особливості організаційного середовища та потреби співробітників. Такий системний підхід дозволяє поступово формувати мовну компетентність працівників, забезпечуючи ефективність і прийнятність змін. Поетапність впровадження також дає змогу організації гнучко реагувати на виклики і своєчасно коригувати стратегію.

Загалом, реалізація мовної політики сприяє не лише розвитку організації, а й зміцненню національної ідентичності, що особливо актуально в сучасних умовах. Розробка практичних рекомендацій для менеджерів допомагає адаптувати українізацію до різних типів підприємств, забезпечуючи гнучкість та успішність процесу. Таким чином, мовна політика стає важливим інструментом управління, який впливає на довгостроковий розвиток і стабільність організації.

Література:

1. Ажнюк Б. М. Мовна політика: Україна і світ: Монографія. К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2021. 420 с.
2. Бігарі М. І. Механізми формування та реалізації державної мовної політики в Україні. Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії з публічного управління та адміністрування за спеціальністю 281 «Публічне управління та адміністрування». Харківський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України, Харків, 2021. 214 с.
3. Гошовська В. А. Мовна політика в Україні : навч.-метод. матеріали. уклад.: А. В. Фоменко, Ю. В. Стрілецька. К. : НАДУ, 2013. 36 с.
4. Гришина Н. М., Бігарі М.І. Підвищення мовнокомунікативної компетентності публічних службовців: людиноцентричний підхід. *Актуальні проблеми державного управління* : зб. наук. праць. X : Вид-во ХарПІ НАДУ 7 «Магістр», 2020. № 1 (57). С. 219–227.
5. Дрешпак В. М. Комунікації сучасного публічного управління в контексті філософського розуміння. *Філософія публічного управління*: кол. моногр. кол. авт., наук. ред. В.П. Солових. Київ: НАДУ, 2020. С. 129–158.
6. Ковальова Т. В. Мовний менеджмент як механізм реалізації державної мовної політики. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2020. № 2. С. 129–138.
7. Куць О. М., Заблоцький В. В. Мовна політика в Україні. Харків: ХНУ ім. В. Каразіна, 2007. 297 с.
8. Куц Ю. О. Сучасна мовна політика Української держави: управлінсько-правовий аспекта. *Теорія та практика державного управління*: зб. наук. пр. X. : Магістр, 2017. Вип. 1 (56). С.1–6.
9. Про забезпечення функціонування української мови як державної : Закон України від 25 квітня 2019 року № 2704-VIII. Відомості Верховної Ради. 2019. № 21. Ст. 81.
10. Савойська С. В. Мовна політика у сучасній Україні: деструктивні і конструктивні виміри : монографія. Київ : ВЦ «Просвіта», 2015. 688 с.
11. Ялова О. В. Шляхи та форми реалізації мовного законодавства в Україні. *Науковий вісник Національної академії внутрішніх справ*. 2020. № 1. С. 110–119.

12. Fishman J. A. Conference comments: Reflections on the current state of language planning. In: Actes du Colloque international sur l'aménagement linguistique: Proceedings of the international colloquium on language planning / L. Laforge (Ed.). Québec : Les Presses de L'Université Laval, 1987. P. 407–428.
13. Sanden G. R. Language management x 3: A theory, a sub-concept, and a business strategy tool. Applied Linguistics. September 18, 2014. doi:10.1093/applin/amu048.
14. Spolsky B. Language Management. Cambridge, 2009. 322 p.

УДК 821.112.2–1.Ранга«20»

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.2.14>**Світлана ФОКІНА**

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри зарубіжної літератури,
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
svetlana_fokina@ukr.net
ORCID: 0000-0002-2406-0978
Scopus-Author ID: 57762971800

ПСИХОАНАЛІТИЧНО-ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧІ СТРАТЕГІЇ ДЕКОДУВАННЯ НОСТАЛЬГІЧНОГО ДИСКУРСУ У ВІРШІ «ВОДА» ПОЕТЕСИ-ЕМІГРАНТКИ ДАНИ РАНГИ

Постановка проблеми даного дослідження координується сьогодинішим розвитком дискурсивного аналізу й в той же час психоаналітичним підходом до інтерпретації поетичного тексту. Метою даної статті стало осмислення вірша сучасної поетеси-емігрантки Дани Ранги, що пише німецькою мовою. Для аналізу обрано поетичний текст «Вода», що входить до книги віршів «Wasserbuch», відзначеної літературними преміями та номінаціями. В 2014 році «Wasserbuch» отримала приз глядацьких симпатій – заохочувальну Премію Адельберта фон Шаміссо. Премією Шаміссо нагороджуються письменники- й поети-іноземці або ж емігранти, які пишуть німецькою. Саме такою поетесою є Дана Ранга, яка є румункою за походженням, але обрала саме німецьку мову для поетичної творчості. Намічені завдання сприяли реалізації поставленої мети та були спрямовані на дослідження проявів ностальгічних дискурсивних формацій, архетипічних конотацій водної стихії та пошуку ліричного «я» трансгресивної ідентичності у вірші Дани Ранги «Вода». Методологічну основу дослідження визначили підходи до дискурсу від М. Фуко до П. Рікера, Л. Філіпс та М. Йоргенсен. Значущою методологічною базою стало також успадкування психоаналітичного підходу до дослідження художнього твору. Було враховано досвід як основоположника психоаналізу З. Фрейда, так й продовжувачів цієї лінії в літературознавстві, серед яких слід відзначити, в першу чергу, Г. Бахляра, Ж. Рансьєра, Ж. Старобінського. Розширенню сугубо фрейдівського прочитання літературного твору сприяли, в першу чергу, ідеї К. Г. Юнга. Саме юнгіанська лінія дозволила інтерпретувати архетипічні конотації вірша Дани Ранги «Вода». Ліричний сюжет «Води» акцентує взаємозв'язок ностальгічного дискурсу зі сновидчими та архетипічними дискурсивними формаціями.

Ключові слова: ностальгічний дискурс, порядок дискурсу, психоаналітичні стратегії, архетипічні конотації, трансгресивна ідентичність, вода, Дана Ранга.

Svitlana Fokina. PSYCHOANALYTICAL AND LITERARY STRATEGIES OF DECODING NOSTALGIC DISCOURSE IN THE POEM «WATER» BY EMIGRANT POET DANA RANGA

The formulation of the problem of this study is coordinated by the current development of discursive analysis and at the same time a psychoanalytic approach to the interpretation of poetic text. The purpose of this article was to comprehend the poem of the modern emigrant poetess Dana Ranga, who writes in German. For analysis, the poetic text «Water» is selected, which is part of the book of poems «Wasserbuch», marked by literary prizes and nominations. The Chamisso Prize is awarded to foreign writers and poets or emigrants writing in German. This figure is Dana Ranga, who is of Romanian origin, but chose the German language for poetic creativity. The planned tasks contributed to the implementation of the set goal. The tasks were aimed at exploring the manifestations of nostalgic discursive formations, archetypal connotations of the water element and the search for a lyrical self of transgressive identity in Dana Ranga's poem «Water». The methodological basis of the study was determined by approaches to discourse from M. Foucault to P. Ricoeur, L. Philips and M. Jorgensen. A significant methodological basis was also determined by the inheritance of the psychoanalytic approach to the study of a work of art. The experience of both the founder of psychoanalysis Z. Freud and the successors of this line in literary criticism was studied, among which it should be noted, first of all, G. Bachelard, J. Rancière, J. Starobinski. The expansion of the purely Freudian reading of the literary work was facilitated, first of all, by the ideas of K. G. Jung. It was the Jungian line that allowed the interpretation of the archetypal connotations of Dana Ranga's poem «Water». The lyrical plot of «Water» emphasizes the relationship of nostalgic discourse with dreaming and archetypal discursive formations.

Key words: nostalgic discourse, discourse order, psychoanalytic strategies, archetypal connotations, transgressive identity, water, Dana Ranga.

Постановка проблеми. Актуальність статті обумовлена інтересом сучасної літературознавчої думки до дискурсивних технік декодування поетичного тексту. Не менш перспективним видається використання пси-

хоаналітичних підходів як інструментарію для інтерпретації художнього твору, зокрема сучасної поезії.

Методологію статті координували аспекти дискурсивного аналізу, основу якого

сформували, перш за все, ідеї М. Фуко. Також методологічну спрямованість дослідження визначила психоаналітична лінія осмислення літературних текстів, з орієнтацією на підходи від фройдівських та юнгіанських до рецепцій Г. Башляра, Ж. Рансьєра, Ж. Старобінського, П. Кюгlera.

Метою статті є поєднання дискурсивного аналізу з психоаналітичними стратегіями інтерпретації ностальгічного дискурсу сучасної поетеси-емігрантки Дани Ранги на матеріалі віршу «Вода».

Згідно до визначиної мети були сформовані наступні **завдання**:

1. Відслідкувати ностальгічні дискурсивні формації в обраному творі.

2. Виявити архетипічну складову водних метафор у вірші Дани Ранги.

3. Осмислення проявів трансресивної ідентичності ліричного «я» Дани Ранги.

Наукова новизна. Ностальгічний дискурс на рівні взаємодії контексту – інтертексту – підтексту формує різноманітні прояви ностальгії. Ностальгічний дискурсивний простір акумулюється в плані авторської художньої ідеології, що визначається ключовими показниками життєвого середовища, епістемологічними та естетичними домінантами, дискурсивними стратегіями пристрасей, сенситивності та пам'яті сучасного поета-емігранта. Прояви ностальгічного дискурсу зачіпають сферу трансформацій соціальних, культурних та світоглядних епістем та дискурсивних контекстів, що формують палімпсестну свідомість сучасного поета-емігранта.

Виклад основного матеріалу. Контекст в даному плані відповідає певним потенціям «порядку дискурсу», уявлення про який були розроблені М. Фуко. Представляє інтерес й лінія ідей М. Фуко, яка акцентує зв'язок дискурсивних практик та психоаналітичної ідеології. М. Фуко в лекції «Порядок дискурсу» зазначає, що «дискурс адже – що й демонструє нам психоаналіз – це не просто те, що виявляє (або ховає) бажання, він також й те, що є об'єктом бажання» [8, с. 23]. Ностальгічний «порядок дискурсу» реалізує обмежувальні властивості: бачення світу та світомоделювання через призму ностальгії. Розширюючи смисловий контекст позиції, що «дискурсивна практика <...> є соціальною практикою, яка формує соціальний світ» [11, с. 39], слід сфокусувати увагу на факторі впливу дискурсивності на ментальний універсум особистості. Позитивним фактором дії ностальгічного порядку дискурсу є стабілізація потенційно мінливих та навіть гібридних типів свідо-

мості й екзистенціалів представників сучасної поетичної діаспори.

Ностальгічні дискурсивні практики обумовлюють своєрідність сприйняття реальності поетом-емігрантом й закономірності художньої реалізації, а також відповідного світомоделювання в ліричних сюжетах й книгах віршів. Не менш значущим є фактор регуляції дискурсу контекстом. Згідно думки П. Рікьора, «оскільки всі наші слова певною мірою багатозначні, однозначність або багатозначність нашого дискурсу визначається не словами, а контекстом» [13, с. 127]. Показовою є взаємозумовленість ностальгічного дискурсу, контексту та моделювання ліричного сюжету.

Перетворення дискурсивних форм в ліричну на рацію, яку можна декодувати як певну історію, обумовлено саме контекстом, що активізує алузії, асоціації та підтексти. Таким чином умовний ліричний сюжет може реалізуватися відповідно до порядку дискурсу авторської поетичної свідомості. Важливість контексту полягає у функції формування смислової наповненості дискурсу та факторів його активності як у культурі, так й в свідомості конкретної особистості.

Психоаналітичні штудії й в наш час представляються одним з найбільш адекватних підходів до дослідження глибинних пластів як психічного феномена в цілому, так й безпосередньо естетичного несвідомого. Психоаналітичні техніки декодування естетичних дискурсивних формацій результативні в плані виявлення інтенцій авторської свідомості й дискурсивних стратегій, тим більш сенситивно сфокусованих. Спочатку сам З. Фрейд задав напрям тим процесам, які були орієнтовані «виявити вплив несвідомого та вибудувати в даному плані певну ідеологію психоаналізу з відповідними міфологемами» [2, с. 370]. Внутрішня взаємообумовленість психоаналітичного апарату певним ідеологічним рівнем сприяє успішному декодуванню різних дискурсивних формацій ментальної та ідеологічної системи, які детерміновані «порядком дискурсу».

Психоаналіз представляється одним з тих контекстів, які найбільш перспективні як інструментарій при дешифруванні порядку ностальгічного дискурсу, орієнтованого на літературну діяльність. За спостереженнями Ж. Старобінського, в той час, коли ще «тривав процес вироблення теоретичних основ психоаналізу, об'єктом психоаналітичних досліджень стали літературні твори» [15, с. 13]. Психоаналітичні штудії як один з важливих літературознавчих інструментаріїв не втрачає

своїї перспективності при дослідженні дискурсивних формацій авторської свідомості сучасних поетів-емігрантів.

Психоаналітичний підхід при дослідженні літературного твору в цілому, так й безпосередньо ностальгічних дискурсивних практик дозволяє заглибитися в осмислення естетичних ідеологем ностальгії як сенситивного та культурного феномену в його внутрішньої суперечливості й зв'язку з авторською поетичною свідомістю. Формування дискурсивних контекстів визначає своєрідність проявів архетипів, міфологем, концептів, образів, тем, мотивів, жанрів та метажанрів, сенситивних феноменів, зокрема таких як ностальгія.

Сьогодні досить різноманітних канонів, накопичених архівом ностальгічного дискурсу. Згідно С. Бойм, «ностальгія – це почуття втрати й зміщення, але крім того – це роман з власною фантазією» [4, с. 15]. Але активація дискурсивних потенцій ностальгії в творчості, особливо, в ліриці підштовхує сучасного поета-емігранта експериментувати з канонічними формами, трансформуючи їх у відповідності зі своїм ностальгічним досвідом і художньою ідеологією. Згідно з архівом ностальгічного дискурсу показовою є взаємобумовленість ностальгії меланхолією.

За спостереженнями Ж. Старобінського, «відповідно до вірувань та образності середньовічної культури, бродяга, пілігрим, мандрівник – якраз ті люди, хто відчуває на собі згубну силу меланхолічного темпераменту; над ними тяжіє зловісний вплив Сатурна» [14, с. 108]. Безсумнівно, дану групу вже в сучасних реаліях культурної ідеології в плані меланхолійності світосприйняття й відповідних дискурсивних практик доповнюють емігранти. Можна відзначити, що у цьому напрямі лідують тепер саме інтелектуалі-емігранти – мандрівники, чие повернення не можливо через заборони зовнішні – соціального спрямування, або внутрішні – табу накладені самими емігрантами. Ці спрямування діаспоричного досвіду сьогодення та відповідні заборони, сформовані ностальгічним порядком дискурсу, представляє широке дослідницьке поле для психоаналізу при вивченні сучасних літературних творів інтелектуалів-емігрантів.

Дискурс ностальгії сприяє включенню в авторський міф представника сьогоденної поетичної діаспори ремінісценції зі своєї реальної біографії, поєднуючи міфологічні, архетипічні, психоаналітичні коди з формами сповідальності. Взаємозв'язок психоаналітичного з феноменом сповідального слова, прояснює зауваження Ж. Старо-

бінського, який стверджує, що «в наші дні можливу модель інтерпретації наших почуттів пропонує словник психоаналізу, надаючи їм якусь форму» [14, с. 248]. Перехід біографічного пласту та імідживих конотацій соціокультурної репрезентації представника сьогоденної поетичної діаспори безпосередньо у творчість здійснюється у вигляді моделювання трансгресивної ідентичності, яка ніколи не приймає «ніяку ідентичність як постійну» [5, с. 157]. Ракурс розуміння ідентичності емігрантів як трансгресивної, сприяє також активації у творчості лімінальних зон між екзистенційними, архетипічними та ігровими дискурсивними формаціями. Прикладом подібної лімінальної ситуації виступає сам феномен еміграції з відповідним набуттям палімпсестної свідомості та переживанням ностальгії.

Ностальгічний дискурс може формуватися й в плані занурення поетом-емігрантом в творчості до сфери не тільки створення авторського міфу, але й прямої апеляції до архетипів, виявляючи так свій внесок в архів дискурсу ностальгії як туги людства за своїм корінням та прагнення до досягнення першосущностей. За спостереженнями П. Кюглера, «люди володіють ще й лінгвістичною спадщиною, що несе на собі відбитки нашого несвідомого психічного життя» [10, с. 102]. Дискурс той ментальної спадщини, яка дозволяє особистості реалізувати пошук своєї ідентичності, активно проявляється в ситуаціях екзистенційного перелому, яким багато в чому представляється життя будь-якого емігранта.

Показовою є також позиція автора «Естетичного несвідомо» Ж. Рансьєра, що спирався на фройдівські стратегії прочитання літератури через матрицю, утворену домінантними ідеями класичного психоаналізу. Згідно думки Ж. Рансьєра, мистецтву в цілому, хоча мова йде в першу чергу про літературу, «властиво бути тотожністю свідомого починання та несвідомого виробництва» [12, с. 30]. Вищеведені аспекти відкривають широкі можливості для включення до психоаналітичного дослідницького ракурсу формацій ностальгічного дискурсу сучасних поетів-емігрантів.

Перспективно проаналізувати такі поетичні тексти, в яких найбільш інтенсивним є прояви трансгресивної ідентичності сучасної поетеси-емігрантки. Цікавим є феномен Дани Ранги, румунки за походженням, яка є визнаною німецькомовною поетесою-емігранткою та не менш відома в ролі режисера документаліста. Показовим в плані втілення нового напрямку в сучасних поетичних дискурсивних формаціях представля-

ється вірш «Вода» Дани Ранги. Книга віршів «Wasserbuch», до якої входить «Вода», відзначена різними літературними преміями, мабуть, є найбільш значущою в лінії поетичної творчості авторки.

Саме «Wasserbuch» отримала в 2014 році приз глядацьких симпатій – заохочувальну Премію Адельберта фон Шаміссо. Як відомо, Премією Шаміссо нагороджуються письменники- й поети-іноземці або ж емігранти, які пишуть німецькою. Заохочувальне нагородження «Wasserbuch» обумовлено самобутністю та відповідною фантазійністю ліричного дискурсу. Саме фантазійність пое-

Wasser

Sie atmen mich ein, ihre Lieder durchziehen mich;
ihn, den Einsamsten, trage ich.
Das Messer wählt nicht zwischen hell oder dunkel, ein Versteck
bleibt mir verwehrt. Hinter dem Spiegel und auf dem Grund,
was bin ich? Sie sagen, ich sei nur ein Teil von allem, nur ein Aspekt

Wasser

Вірш «Вода» представляється одним з ключових поетичних текстів «Wasserbuch». Зближення ліричного тону «Води» з дискурсивними практиками фольклорних замовлянь підкреслює розвиток ліричного сюжету («*їх пісні течуть крізь мене*»), що в свою чергу підвищує значення потенцій ностальгічних дискурсивних формацій. Фольклорне замовляння завжди є наділеним характеристиками перформативності та сугестії, маючи мету магічного впливу на якогось суб'єкта або ж, на об'єкт дійсності. Вірш Дани Ранги «Вода» зберігає перформативність й сугестивність ліричного дискурсу на рівні інтенцій. У вірші можна декодувати дискурсивні практики колискової в їх первозданному магічному аспекті («*Я несу його, самого самотнього*»). Така позиція стає авторською установкою поетеси на розуміння жіночності як глибинного спокою, що дарує життя й знаходить в цьому невичерпну внутрішню силу та пам'ять про те, що колиска це нагадування про материнську утробу. Згідно з Г. Башляр, «вода повертає нам образ нашої матері» [3, с. 185]. Вода у вірші Дани Ранги проявляє різні сторони жіночності: стихійну, божественну, навіть вразливу, але домінантою стає саме прихований аспект материнства, що реалізується як материнство світу. Така позиція дозволяє співвіднести макрокосм водного простору, що дав назву всій книзі віршів, з

тичного дару сприяє тому, що в книзі віршів «Wasserbuch» Дана Ранга «здійснює поетичну подорож по далеких, але не чужих глибоководних ландшафтах» [1]. Десять років потому – в 2024 році «Wasserbuch» була номінована на Дрезденську поетичну премію, а Дана Ранга розглядалася як поет, чию творчість відзначає «звукові/музичні/мелодичні якості тексту» [6]. Поетичне слово Дани Ранги втілює нестандартність, мелодійність та пронизливу ліричність, архетиповість авторського дискурсу, яскраво виражений пошук свого «я», моделюючи таким чином свою трансгресивну ідентичність.

Вода

Вони вдихають мене,

їхні пісні течуть крізь мене;
Я несу його, самого самотнього.
Ніж не вибирає між світлом та темрявою,
я не можу знайти укриття.
Що я за дзеркалом й в основі?
Вони кажуть, що я всього лише частина з усього, тільки один аспект

Вода

мікрокосмом людського існування, до того ж, принципово жіночого.

Данна Ранга на рівні ностальгічного дискурсу акцентує архетипічні аспекти як авторської свідомості, так й колективного несвідомого в цілому. Вірш «Вода» стає частиною «Wasserbuch», підкреслюючи її циклічність не тільки як частину цілого – співвідношення вірша та книги віршів, але й свого роду смислового центру. Показовою є орієнтація поетеси на водну стихію, як втілення жіночого начала та підсвідомості. Стихія води сприяє концентрації ліричного сюжету на архетипічних аспектах, що втілюють колективне несвідоме.

Звертаючись до юнгіанської теорії архетипів, Воду у вірші Дани Ранги можна ідентифікувати як архетиповий прояв самості авторки на фантазійному рівні ліричного сюжету, що підкреслює саме жіночий аспект. Можлива ідентифікація ліричного «я» й з анімою, як втіленням саме ідеї Вічної жіночності. Юнгіанське прочитання архетипічного представляє адекватне декодування прихованих проявів естетичного несвідомого в ліричному сюжеті, що «дозволяє виявити відповідність авторських емігрантських кодів певним архетипам й психологічним типам» [7, с. 125]. При цьому важливим буде ототожнення Води з Мудрою старою, як втіленням Великої матері та пам'яті світу, чому сприяє вічність води.

Вода у вірші відповідає біблійному стану життя поза добром і злом, й в цьому сенсі не має віку, будучи вічною субстанцією, що відображає не менш вічний жіночий архетип. Така позиція наближає Воду, як героїню ліричного сюжету Дани Ранги, не тільки до Великої матері, але й до прояву аспекту, названого К. Г. Юнгом Корою, що володіє здатністю «розкриватися подібно нирці й в той же час містити в собі весь світ» [9, с. 160]. Кора втілює вічну юність, жертвність й оновлення. Згідно К. Г. Юнгу, Кора, й Мати «в міфології <...>, як будь-яка інша можлива форма буття, є також проявами Божественного» [9, с. 41]. Аспект Великої матері та Кори відсилає до міфу про Деметру і Персефону в їх глибинному взаємозв'язку. У вірші Дани Ранги Воду можна розглядати як з'єднання обох іпостасей – божественних матері та дочки в єдиній вічній непорушній жіночій сутності – стихії води, що дає життя й живить природу.

Аспект жертвності Кори та вразливість жіночої сутності врівноважує домінантність материнської сили Води. З точки зору Г. Башляра, вода пов'язана з жертвністю та жіночим стражданням й навіть може сприйматися як «стихія мазохістського самогубства» [3, с. 122]. В цілому показовим є жертвний, навіть у певному сенсі мазохістський, аспект прояву водної стихії. У фантазійному ностальгічному дискурсі Дани Ранги жертвність Кори та її вразливість жіночої сутності

врівноважують домінантність материнської сили Води.

Висновки. Успадковуючи архетипічну традицію «мрій про воду», Дана Ранга переосмислює міф про Деметру і Кору. В поетичному дискурсі Дани Ранги єдине ліричне «я» принципово втілює різні жіночі іпостасі, реалізуючи свого роду механізм протилежний постмодерністському розсіюванню, концентруючи множинні жіночі «я» в єдиній надсутності – стихії води. Така множинність «я» в ліричному сюжеті Дани Ранги долає резонансність з відповідністю шизоїдному дискурсу, але в той же час дає можливість проявитися саме трансгресивній ідентичності.

Психоаналітичний інструментарій літературознавчої інтерпретації вірша Дани Ранги «Вода» сприяє виявленню взаємозв'язку ностальгічного дискурсу зі сновидчими та архетипічними дискурсивними формаціями. Оніричність ліричного сюжету «Води» дозволяє розкритися позиції авторки, обігруючи вкоріненість її безпосереднього «я» до архетипічно орієнтованої божественності жіночої сутності, відповідаючи як водній стихії, так й іпостасям богинь.

Подібний пошук ліричною героїнею ідентичності, дозволяє осмислити не тільки ностальгічні дискурсивні формації в архетипових координатах, але й визначити специфіку трансгресивної ідентичності жінки-творця та в той же час емігрантки-інтелектуалки.

Література:

1. Сайт Дани Ранги. URL: <http://danaranga.com/preise/>
2. Фокіна С. О. Фройдівська «Психопатологія повсякденного життя» у дискурсивному полі «Міфологій» Р. Барта. *Наукові записки. Сер.: Філологічні науки*. Вип. 2 (209). 2024. С. 368–373.
3. Bachelard G. *L'Eau et les Rêves. Essai sur l'imagination de la matière*. Paris: Gallimard, 2017.
4. Boym S. *The Future of Nostalgia*. New York City: Basic Books, 2001.
5. Braidotti R. *Nomadic Theory*. New York: Columbia University Press, 2011.
6. Dresdner Lyrikpreis 2024 – Lesung. URL: <https://www.rauze.de/dresdner-lyrikpreis-2024>
7. Fokina S. Apollonian and dionysian discursive formations of emigrant poetics by J. Brodsky. *Matica srpska journal of slavic studies*. 2023. Vol. 103. Pp. 123–134.
8. Foucault M. *L'Ordre du discours*. Paris: Gallimard, 2022.
9. Jung K. G. *Soul and Myth: Six Archetypes*. London: SAGE, 2023.
10. Kugler P. *Alchemy of Discourse: Image, Sound and Psyche*. Einsiedeln: Daimon Verlag, 2002.
11. Phillips L., Jorgenson M. *Discourse Analysis as Theory and Method*. London: SAGE, 2002.
12. Rancière J. *L'inconscient esthétique*. Paris: Galilée, 2020.
13. Ricoeur P. Structure, Word, Event. *Philosophy Today*. Vol. 12. № 2–4 (summer). 1968. Pp. 114–129.
14. Starobinski J. *Encre de la mélancolie*. Paris: Seuil, 2012.
15. Starobinski J. Psychanalyse et critique littéraire. *Gazette de Lausanne*. № 36 (12–13 février). 1966. Pp. 13–15.

УДК 811.111(73):27:06

DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.2.15

Oleg KHARCHENKO

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor at the Department of Media Production and Publishing Studies, Faculty of Journalism, Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, ov.kharchenko@kubg.edu.ua
ORCID: 0000-0002-6263-4573

Ivan BAKHOV

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Head of the Department of Foreign Philology and Translation, Interregional Academy of Personnel Management, i.bakhov59@gmail.com
ORCID: 0000-0002-8379-199X

ENGLISH-LANGUAGE ADVERTISING HUMOR

This article presents stylistic, cognitive and pragmatic analyses of a sample of English-language jokes about advertising and its variants. An analysis of the forms of 115 jokes sourced from four English-language websites shows that the most frequent forms of jokes about advertising are question/answer formats (60.8%), one-liner jokes (39.2%). A detailed study of 20 advertising-related jokes highlights the most frequent use of stylistic devices such as puns, fake enthusiasm, paraprosookian, pastiche, bathos and irony. Other techniques include personified and zoomorphic metaphors, nonstandard similes, false argumentation (enthymeme), antithesis, are involved. From a cognitive perspective, the jokes apply cognitive mechanisms like the 'deformation professionelle,' 'von Restorff pattern,' 'distinct contrast' and 'easel' patterns, switching of which leads to the incongruity mechanism and comic effect. Pragmatically, these jokes serve multiple purposes: they help students to relieve psychological stress, encourage creative and critical thinking, entertain, introduce readers to English-speaking advertising practices and techniques, and foster an appreciation of humor and irony. Besides, they motivate people to be successful and confident, while shaping stereotypical images of English-speaking advertising professionals, contributing to the development of intercultural and cultural competences. The advertising jokes form the stereotypical image of an advertising professional as a creative and smart, multifunctional and cynical, rude and highly skilled specialist in philology and psychology. The stereotypical image of an advertising professional carries out a number of functions. 1. The function of emotional trigger, because it tunes the audience into humorous tonality. 2. The function of the fast assimilation of the created image and simplified perception of it. 3. The function of funny labeling of advertising specialists. 4. The linguistic function of transforming the language towards expressivity and flexibility.

Key words: humor, irony, socio-professional jokes, advertising, cognitive patterns.

Олег Харченко, Іван Бахов. АНГЛОМОВНИЙ РЕКЛАМНИЙ ГУМОР

У цій статті запропоновано стилістичний, когнітивний та прагматичний аналіз вибірки сучасних англомовних жартів про рекламу та її різновиди. Аналіз форм 115 жартів, взятих з чотирьох англомовних сайтів, свідчить про те, що найбільш частотними формами жартів про рекламу є запитання/відповідь (60.8%), однорядкові жарти (39.2%). Розгляд 20 жартів про рекламу, досліджених у статті, розкрив, що у стилістичному плані, вони містять каламбури, пастиши, парaprosookian, удаваний ентузіазм, бафос та іронію. Додатково залучаються такі прийоми, як персоніфіковані та зооморфічні метафори, нестандартні порівняння, антитеза, хибна аргументація (ентимема). У когнітивному аспекті гумор ґрунтується на механізмах когнітивних патернів професійної деформації, фон Ресторфа, мольберту, чіткого контрасту, негативного мислення. Прагматично, жарти ведуть до зняття психологічного стресу, критичного мислення, креативності, несуть розважальний елемент. Жарти знайомлять читачів з англомовним рекламним бізнесом, професійною та неформальною лексикою, допомагають виявити гумор та іронію, мотивують до професійного успіху, формують стереотипні образи рекламістів, підвищують упевненість у своїх знаннях, розвивають міжкультурну й культурологічну компетенції.

Ключові слова: гумор, іронія, соціо професійні жарти, реклама, когнітивні патерни.

Problem statement. The contemporary English-language multimedia discourse includes a considerable amount of humorous, ironic, and satirical content that engages various socio-professional groups. Through a combined research based on stylistic, cognitive, literary and pragmatic analyses of English-language advertising humor, this article aims to provide

additional insights at the benefits of learning advertising humor.

The object of study is contemporary English-language advertising jokes from multimedia sources in the United States and the United Kingdom.

The subject of study is identifying stylistic, literary, and cognitive techniques used to create humor in these socio-professional jokes.

The objective of the study is to outline the stereotypical image of advertising professionals working in the USA and the UK, the functioning of the ‘deformation professionelle’ cognitive pattern in socio-professional jokes about advertising business through cultural, linguistic, cognitive and pragmatic perspectives.

Methodology and Research Approaches. The methodological toolkit for this study includes empirical methods of cognitive, discursive, literary and stylistic analysis; descriptive investigation of jokes; scientific generalization; and interpretation of humorous fragments for further comparison and conclusions.

The analysis of last publications. Socio-professional stereotypes are shaped by extralinguistic factors of social and professional, cultural and historic character. From the angle of cognitive linguistic, at least partly, they are formed by such cognitive pattern as ‘deformation professionelle,’ which presents the key part of the same called cognitive bias. This French term means the tendency to consider different questions from the position of some profession. It was introduced by D. Warnotte [12], later it was popularized by a number of scientists including A. Carrel, who affirmed in his work, ‘Man, The Unknown’ that “every specialist owing to a well-known professional bias, believe that he understands the entire human being, while in reality he only grasps a tiny part of him” [3].

In a metaphorical way, the sense of the term ‘deformation professionelle’ reveals the quotation of A. Maslov, “I suppose it is tempting, if the only tool you have is a hammer, to treat everything as if it were a nail” [11].

Taking into account that the humorous discourse flow moves through some cognitive frames [4], we affirm that, at least partly, the comic effect is shaped by switching cognitive patterns. The key cognitive biases were singled out and determined by D. Kahneman and A. Tversky [19].

In my view, a cognitive pattern is a mental filter, connecting several frames and the active model of reality cognition, revolving around a main value dominant, the regular application of which forms properly or misleads the real-world cognition, shaping the same name cognitive bias which builds in gradually in the world map of a person. The cognitive pattern is a transitional filter between a frame and a related cognitive bias.

In the ‘deformation professionelle’ cognitive pattern the key value dominant – ‘my profession is the best.’ It is surrounded by several key frames – ‘respect,’ ‘smartness,’ and ‘correctness.’

As an example of a joke, well illustrating the ‘deformation professionelle’ cognitive pattern, could be the following one, “A doctor, a lawyer and a product manager were discussing the relative merits of having a wife or a mistress. The lawyer says, ‘For sure a mistress is better. If you have a wife and want a divorce, it causes all sorts of legal problems.’ The doctor says, ‘It’s better to have a wife because the sense of security lowers your stress and is good for your health.’ The... manager says, ‘You’re both wrong. It’s best to have both so that when the wife thinks you’re with the mistress and the mistress thinks you’re with your wife – you can do some... management’” [7].

In this joke, for the lawyer, the key value dominant – ‘law,’ or ‘dura lex sed lex’; for the doctor – ‘health,’ because ‘good health is above wealth’; for the manager, the key value dominant is ‘hard work,’ since ‘hard work always pays off, whatever you do.’ The main characters of this joke represent the ‘deformation professionelle’ patterns widespread within their socio-professional groups. They look through the angle of their professions. The comic effect of the joke is caused by the incongruity effect (cognitive level) and the stylistic figure *paraprosdokian*, because the answer of the manager sounds unusual and creative.

Besides, it is necessary to remark that jokes targeting the socio-professional groups – provide additional linguistic, cultural and professional insights. E. Reddington and H.Z. Waring argue that “the ability to create and understand humor is increasingly recognized as a component of communicative competence...” [17, p. 3]. S.E. Davies [5] and D. Hann [8] assert that analyzing jokes, including professional jokes, enhances cross-cultural competence.

Discussion and Analysis of Jokes. For this study, we selected jokes focusing on such socio-professional group as advertising professionals working in media and social networks.

The advertising-related jokes were sourced from websites including *jokeandpun.com* [13], *reddit.com* [18], *namesurfy.com* [1], and *pouted.com* [14]. The primary types of advertising jokes are short “question/answer” jokes and one-liner jokes. An analysis of a sample comprising 115 jokes from the mentioned websites shows that 60.9% are in the question/answer (Q/A) format, while 39.2% are one-liners.

In this study, we examine 20 jokes from these websites, which we believe belong to the most illustrative examples.

1. Why did the billboard go back to school? It wanted to improve its “ad-dress” [13].
2. Why don’t advertisers play poker?

They're too good at bluffing! [13].

3. What kind of commercials do chickens love?

Egg-vertisements [13].

4. Why did the print ad refuse to leave its job? It loved having a solid "copy" [13].

5. Why is advertising like a bad magic trick?

Because the results often disappear right before your eyes! [13].

6. Why did the radio ad visit the farm? To work on its pitchfork strategy [13].

7. What do you call a terrible marketing strategy for curtains? Window dressing [13].

8. Local advertising. In New Mexico, on a septic tank truck in New Mexico, it was printed boldly on the side: "Your shit is our bread and butter!" [18].

9. Local advertising. Fire sprinkler company: "Water sprinklers save your grass, fire sprinklers save your ass!" [18].

10. Local advertising. Septic tank service with the name "Honey Wagon". The slogan on the trucks was "Satisfaction guaranteed or double your honey back." (local advertising) [18].

11. 'Think Small' – Volkswagen [1].

12. 'Think Outside the Bun' – Taco Bell [1].

13. 'Once You Pop, You Can't Stop' – Pringles [1].

14. 'We're Like a Gym for Your Finances' – FitWallet Financial Advisors [1].

15. 'Your Trash is Our Treasure' – GreenCycle Waste Management [1].

16. 'We Make Your Mother-in-law Jealous' – Sparkle Home Cleaning [1].

17. 'We're the Cat's Meow' – Purrfect Pets Pet Store [1].

18. 'We Make Your Computer Sit and Stay' – TechTrain [1].

19. People say nothing is impossible, but I do nothing every day [14].

20. My mind works like lightning; one brilliant flash, and it's gone [14].

Analysis of stylistic devices used to create comedic effect in the selected jokes. So, we consider the stylistic devices employed to generate comedic effects in the aforementioned sample of jokes.

Puns are utilized in the first joke (*ad-dress* – a word play on both "address" and "a dress for ads"), the third (*egg-vertisements* – a paronymy involving "advertisements" and "egg-vertisements," where *egg* refers to eggs, and *vertisement* references a small advertising company), the fourth (*copy* – interpreted both as "a duplicate" and "a spiteful person"), the sixth (*pitchfork strategy* – a pun on *pitch* as the main idea of a presentation and *pitchfork* as a farming tool), and the seventh (*window dressing* – a

double meaning of "shop window decoration" and "deception").

Pastiche, referring to mixing lexicons from different genres and registers, is used in the second joke (*advertisers, poker*), the third (*commercial, chicken*), the fifth (*advertising, magic trick*), the eighth (*advertising, shit*), the ninth (*advertising, ass*), the fourteenth (*gym, finances*), the fifteenth (*trash, treasure*), and the eighteenth (*computer, sit and stay*). Additionally, the stylistic device of bathos, characterized by the abrupt use of low-register vocabulary, is seen in jokes eight, nine, and fifteen.

Paraprosdokian (unexpected joke endings) is used in the twelfth joke, where instead of the idiomatic phrase "*Think outside the box*" (meaning "think creatively"), the advertising version suggests thinking outside "the bun." In the seventeenth joke, product producers call themselves "the cat's meow," which serves as a zoomorphic metaphor. This stylistic device is also combined in other jokes with surprising endings, such as jokes 1, 2, 3, 6, 8, 10, 11, 12, 14, 15, and 18.

Faulty logic or enthymeme is involved in the second joke. Advertisers are said not to play poker because they are good at bluffing – an innuendo suggesting they are akin to fraudsters. The fifth joke compares advertising to a bad magic trick, implying that advertising results quickly disappear, again hinting at deceit. The nineteenth joke plays on the word "*nothing*" by suggesting that "nothing" can also be done.

Irony is utilized in the eighth joke, where "shit" is called the company's "bread and butter" (its main income source). Similarly, in the tenth joke, "shit" is referred to as "honey," with an innuendo tied to libido, implying that "satisfaction is guaranteed." In the fifteenth joke, "trash" is described as "treasure," hinting at the idea that one person's trash is another person's wealth.

Antithesis is seen in the twentieth joke, where the brain's activity is humorously described as: "My mind works like lightning. One brilliant flash – and it's gone." An implicit antithesis is also present in the eleventh joke, where the traditional phrase "*Think big*" or "*Think globally*" is replaced with "*Think small*."

Personified metaphors are noticed in the first joke, where a billboard "goes to school"; in the third joke, where chickens "enjoy commercials"; in the fourth joke, where printed ads "refuse to quit their jobs"; in the sixth joke, where radio ads "visit a farm"; in the thirteenth joke, where chips "pop up" like living creatures; and in the eighteenth joke, where a computer obeys commands like a dog.

Nonstandard similes appear in the fifth joke, where advertising is likened to a bad magic trick; in the fourteenth joke, where advertisers are compared to a “gym for finances”; and in the twentieth joke, where the mind is correlated to lightning.

Situational humor, drawn from everyday life, evokes laughter in the sixteenth joke, where a cleaning company provokes envy in a mother-in-law due to the high quality of cleaning services.

Almost all jokes employ the stylistic device of fake enthusiasm, as most jokes are filled with cheerful optimism.

The comedic effect is further enhanced by: rhyme in the ninth joke (*grass, ass*) and the thirteenth joke (*pop, stop*); alliteration in jokes eight (*bread, butter*), fifteen (*trash, treasure*), and eighteen (*sit, stay*); diacope (repetition of a word) in jokes nine (*sprinklers save, sprinklers save*) and nineteen (*nothing, nothing*); isocolon (parallel structure) in jokes nine, thirteen, and nineteen.

The stylistic analysis reveals that most jokes utilize, often in combination, the following devices:

- Puns (5 jokes – 20%)
- Paraprosdokian (13 – 65%)
- Personified and zoomorphic metaphors (7 – 35%)
- Pastiche (8 – 40%)
- Antithesis (2 – 10%)
- Unconventional comparisons (3 – 15%)
- Irony (3 – 15%)
- Bathos (3 – 15%)
- Faulty logic (3 – 15%)
- Fake enthusiasm (16 – 80%).

From the cognitive point of view, where we identify cognitive patterns as main mechanisms for creating humor, there is a set of jokes – namely, in samples 1, 2, 4, 5, 9, 13, and 14 (7–35%), jokes demonstrate the activation of the cognitive patterns of the “Von Restorff effect” [21, p. 299]. This effect involves the audience’s tendency to pay greater attention to individual, isolated, fantastical, and supernatural objects and the “extraordinariness bias” [10, pp. 52–55], which includes a provocative element. The latter refers to a tendency to remember objects with additional unusual qualities.

The cognitive bias of the ‘deformation professionelle’ is activated in all the jokes of the sample. All jokes sound like creative witticisms, trying to convince readers to buy some products or services, or to impress them with smartness, humor, and cynical hints, which reflect the components of good advertising and underline the implication that advertisers are good psychologists too.

The cognitive pattern of the “easel” is observed in jokes 8, 10, 12, 15, 17, 18, and 20 (7–35%). This pattern shapes the cognitive bias of the “importance of visuals.” According to A. Paivio, people remember visual images and representations formed by words much faster than any logically connected information [16].

The cognitive pattern of “distinct contrast” is applied to create a comic effect in jokes 8, 11, 19, and 15 (4–20%). This pattern is part of the “contrast effect” bias, identified by D. Kahneman and A. Tversky [19]. It is based on the assertion that contrasting referents presented together attract more attention and are more memorable.

The cognitive pattern of “negative thinking,” characterized by problem-solving through negative experience and part of the eponymous cognitive bias [5, 7], is used in jokes 2, 5, 8, 9, and 15 (5–25%).

What stereotypical image of an advertiser from the UK or the USA do these jokes create?

Such a professional is perceived as creative, smart, multifunctional, somewhat cynical, and highly skilled specialist in philology and psychology.

From this perspective, the stereotypical image of an advertising professional performs a number of functions. 1. The function of emotional trigger, because it tunes the addressee in humorous tonality. It is connected with a smorgasbord of feelings and emotions (joy, excitement, mocking etc.). 2. The function of the quick assimilation of the shaped image and simplified perception of the surrounding reality through the eyes of this image (the law of effort saving). 3. The function of funny labeling of those who work in the advertising business. 4. The linguistic function which is displayed in the transforming of the language towards more expressivity and flexibility.

According to the analysis of sample jokes, the main pragmatic functions of English-language jokes about advertising include: entertainment through creating a positive emotional mood and stimulating laughter; familiarization with the peculiarities of the English-speaking advertising industry; psychological stress relief by eliminating negative emotions; encouraging critical thinking; motivating success and career growth; strengthening professional confidence; stimulating creativity; highlighting humor and irony.

Conclusions. English-language jokes about advertising are nationally marked and serve as an effective pragmatic tool for selling products and services. The advertising jokes illustrate the techniques of creating effective advertisements within the English-language professional and cultural environment.

An analysis of the joke formats revealed that, out of 115 units sampled from four humor websites, 60.2% were in the form of question/answer, while 39.2% were one-liners.

The analysis of a subset of 20 jokes about English-language advertising indicates that jokes are created through a combination of various stylistic devices, including: fake enthusiasm (80%), puns (20%), paraproverbs (65%), personified and zoomorphic metaphors (35%), pastiche (40%), antithesis (10%), unconventional comparisons (15%), irony (15%), bathos (15%), and faulty logic (15%). Rhyme, alliteration, diacope, isocolon, or parallel structures act as humor intensifiers.

In the cognitive aspect, humor is created using patterns such as the 'deformation professionelle,' 'Von Restorff effect,' 'extraordinariness,' 'easel

pattern,' 'distinct contrast,' and 'negative thinking.'

All the analyzed jokes fulfill the following pragmatic functions: activating critical thinking, causing entertainment, familiarizing with advertising techniques and vocabulary, revealing humor and irony, alleviating psychological stress, creating motivation for success, fostering professional confidence, and enhancing creativity.

The advertising jokes shape the stereotypical image of an advertising specialist as creative and smart, multifunctional and cynical, rude and a highly skilled professional in philology and psychology.

The research findings presented in this article demand further studies with a larger database.

Bibliography:

1. Bell J. Funny Slogans for Companies and Brands. 2024. URL: <https://namesurfy.com/slogans/funny-slogans-and-mottos/> (accessed 12.12.2024).
2. Carol C. 30 Hilarious Journalist Jokes That Will Have You ROEL! 2024. URL: <https://presspitch.io/journalist-jokes/> (accessed 9.10.2024)
3. Carrel A. Man, The Unknown. New York: Harper & Brothers. Archived from the original on 20 September 2018. (1939). Retrieved 28 June 2017. URL: <https://web.archive.org/web/20180920164410/http://hpaba.com/pages/en/ALEXIS%20CARREL%20Man%20the%20Unknown%201935.pdf>
4. Casabianca S. S., Gepp K. 15 Cognitive Distortions To Blame for Negative Thinking. (01.11.2022). URL: <https://psychcentral.com/lib/cognitive-distortions-negative-thinking> (accessed 22.09.2024).
5. Davies C. E. How English-learners Joke with Native Speakers: An International Sociolinguistic Perspective on Humor as Collaborative Discourse across Cultures. *Journal of Pragmatics*, 2003. 35(9), Pp.1361–1385. URL: [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(02\)00181-9](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(02)00181-9) (accessed 10.10.2024)
6. Frothingham S., Legg T. J. What Is Negativity Bias, and How Does It Affect You? (12.16.2019). URL: <https://www.healthline.com/health/negativity-bias> (accessed 09.10.2024).
7. Geoffand T. Modified joke – product manager, the lawyer and the doctor. 2013. URL: <https://www.tralfaz.com/2013/01/modified-joke-product-manager-the-lawyer-and/> (accessed 09.10.2024).
8. Hann D. Humorous Play and its Implications for Classroom Practice. In *Spontaneous Play in the Language Classroom: Creating a Community*. 2020. Pp. 191–218. Palgrave Macmillan. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-26304-1_8 (accessed 10.10.2024).
9. Indianexpress. 20 hilarious 'newsroom jokes' every journalist would relate to. 2017. URL: <https://indianexpress.com/photos/trending-gallery/hilarious-jokes-that-every-journalist-will-relate-to/> (accessed 10.10.2024)
10. Kahneman D. A., Slovic P., Tversky A. Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases / Daniel Kahneman, P. Slovic, A. Tversky. New York: Cambridge University Press, 1982. 556 p.
11. Maslow A. H. The Psychology of Science. Washington: Maurice Bassett Publishing. 1966. 315 p.
12. Merton R. K. Social Theory and Social Structure. Glencoe, Illinois: Free Press. 1957. p. 198. Archived from the original on December 2012. URL: https://web.archive.org/web/20121227113532/http://www.sociosite.net/topics/texts/merton_bureaucratic_structure.php
13. Min A. 70 Hilarious Advertisements Jokes to Laugh at Marketing Madness. 2024. URL: <https://jokeandpun.com/jokes/advertisements-jokes/> (accessed 8.12.2024).
14. Nichols S. Our 100 lists of 100: Corny Journalism Jokes. 2024. URL: <https://100.jea.org/2058/100-of-100-our-100-lists-of-100-corny-journalism-jokes/> (accessed 9.10.2024)
15. Olson M. Top Funniest Advertising Slogans. 2024. URL: <https://www.pouted.com/laugh-with-the-top-funniest-advertisement-slogans/> (accessed 8.12.2024)
16. Paivio A. Imagery and verbal processes. N. Y.: Holt, Rinehart & Winston. 1971. 312 p.
17. Reddington E., Waring H. Z. Understanding the Sequential Resources for Doing Humor in the Language Classroom. *Humor*, 2015. 28(1), 2015. Pp. 1–23. URL: <https://doi.org/10.1515/humor-2014-0144> (accessed 10.10.2024).
18. Reddit. Jokes. 2024. URL: https://www.reddit.com/r/Construction/comments/tn4rkv/what_are_some_of_the_funniest_company_slogans_you/?rdt=35724 (accessed 12.12.2024).

19. Tversky A., Kahneman D. Advances in prospect theory: cumulative representation of uncertainty. *Journal of Risk and Uncertainty*. 1992. № 5. Pp. 297–332.
20. Vaina L, Hintikka J. (eds.). Cognitive Constraints on Communication: Representations and Processes. Dordrecht: Boston. 1994. 245 p
21. Von Restorff H. Über die Wirkung von Bereichsbildungen im Spurenfeld (The effects of field formation in the trace field). [Electronic resource] H.Von Restorff// *Psychologie Forschung*, 1933. № 18, 299 p. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Von_Restorff_effect (14.12.09). – Von Restorff effect.

УДК 82–93=111:81'33

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.2.16>**Galyna TSAPRO**

Doctor of Philosophy in Linguistics, Associate Professor,
Head of the Department of English Language and Communication,
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University,
g.tsapro@kubg.edu.ua
ORCID: 0000-0002-0748-7531

Kseniia TKACHENKO

Seniour Lecturer at the Department of English Language
and Communication, Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University,
k.tkachenko@kubg.edu.ua
ORCID: 0009-0005-1523-869X

CONSTRUCTING THE FANTASTIC: A CORPUS-BASED STUDY OF MAGIC IN YA FAIRY TALES

*This article explores the linguistic construction of magic in two contemporary young adult fairy-tale texts – Naomi Novik's *Uprooted* and Leigh Bardugo's *The Language of Thorns* – through the combined lens of semantic field theory, corpus stylistics, and narratological analysis. The study moves beyond thematic interpretation to focus on how magic functions as a semantically unstable element, shaped by recurrent lexical and grammatical patterns. Drawing on a custom-built corpus of both texts (over 255,000 tokens), the authors identify and interpret patterns where magic appears as an animate force, instrumental tool, personal attribute, or source of danger. These roles emerge through verbs like *snarl*, *flow*, *use*, or *own*, and through noun and adjective collocates such as *magic blood*, *terrible magic*, or *own magic*. The findings highlight how linguistic texture itself becomes a vehicle for sustaining narrative ambiguity and emotional complexity in contemporary YA fantasy.*

By combining quantitative linguistic mapping with close textual reading, the article demonstrates that magic plays a key narrative and affective role, particularly in how it encodes ambiguity, instability, and ethical tension. The analysis draws on Tzvetan Todorov's theory of the fantastic, framing magic as a force that sustains hesitation between natural and supernatural explanations. While acknowledging alternative genre frameworks like Farah Mendlesohn's taxonomy of fantasy, the authors argue that the linguistic portrayal of magic in both texts supports a Todorovian reading rooted in semantic and emotional uncertainty. Ultimately, the study shows how language itself, through patterns of collocation and syntactic framing, contributes to the construction of the fantastic and invites further comparative research into how YA fairy-tale fiction represents themes of power, transformation, and resistance.

Key words: Young adult fairy tales, magic, corpus analysis, semantic field theory, Tzvetan Todorov, Naomi Novik, Leigh Bardugo.

Галина Цапро, Ксенія Ткаченко. ПОБУДОВА ФАНТАСТИЧНОГО: КОРПУСНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ МАГІЇ У КАЗКАХ ДЛЯ МОЛОДІ

*У статті досліджується мовна репрезентація магії у двох сучасних казках для підлітків – *Uprooted* Наомі Новік та *The Language of Thorns* Лі Бардуго – крізь призму теорії семантичного поля, корпусної стилістики та наратологічного аналізу. Дослідження виходить за межі тематичного тлумачення й зосереджується на тому, як магія функціонує як семантично нестабільний елемент, сформований повторюваними лексичними та граматичними структурами. На основі спеціально зібраного корпусу обсягом понад 255 000 слів форм авторки виявляють і тлумачать моделі, в яких магія постає як одухотворена сила, інструмент, особистісна риса або джерело небезпеки. Ці ролі реалізуються через дієслова на кшталт *snarl*, *flow*, *use*, *own* та іменникові й прикметникові сполучення на зразок *magic blood*, *terrible magic*, *own magic*. Результати свідчать, що сама лінгвістична фактура виступає засобом підтримання наративної багатозначності й емоційної напруги в сучасній підлітковій фентезі.*

Поєднуючи кількісне мовне картографування з уважним текстуальним аналізом, стаття демонструє, що магія відіграє ключову наративну та афективну роль, зокрема в тому, як вона закодує неоднозначність, нестабільність і моральну напругу. У дослідженні використано теорію фантастичного Тзветана Тодорова, де магія постає як сила, що утримує напругу між природним і надприродним. Попри визнання альтернативних жанрових моделей, зокрема таксономії Фари Мендлсону, авторки доводять, що мовна репрезентація магії в обох текстах підтримує тодорівське прочитання, ґрунтоване на семантичній та емоційній невизначеності. Зрештою, дослідження показує, що мова – через сполучуваність та синтаксичне оточення – активно сприяє побудові фантастичного й відкриває перспективи для подальших порівняльних досліджень тем влади, трансформації та спротиву в казках для підлітків.

Ключові слова: казки для підлітків, магія, корпусний аналіз, теорія семантичного поля, Цветан Тодоров, Наомі Новік, Лі Бардуго.

Introduction. Contemporary young adult (YA) fairy-tale fiction offers a productive space for the reinterpretation of folkloric motifs through the lens of present-day emotional, ethical, and psychological concerns. Rather than positioning magic as a vehicle for enchantment alone, recent narratives depict it as unstable, morally ambiguous, and closely bound to questions of identity and personal agency. This shift is particularly evident in *Uprooted* by Naomi Novik and *The Language of Thorns* by Leigh Bardugo – two texts that recast traditional enchantment through dense imagery, disrupted narrative expectations, and emotionally charged language. In both, magic functions not just as a plot device, but as a semantic force that shapes the atmosphere, informs character development, and sustains a kind of ontological uncertainty.

Rather than isolating magic as a fantastical trope, this study approaches it as a lexically embedded phenomenon, examining how patterns of word choice and grammatical behaviour construct its narrative function. By looking closely at the language of magic – how it acts, is acted upon, or described – the analysis highlights how YA fairy tales use language to create symbolic ambiguity and emotional resonance. This is particularly significant in a genre where protagonists often face moral thresholds and transformations, and where linguistic nuance reinforces the instability of the worlds they inhabit.

Aim of the Article. This article explores the representation of magic in *Uprooted* and *The Language of Thorns* through the lens of semantic field theory and corpus stylistics. It aims to identify recurring lexical and grammatical patterns associated with *magic*, categorising them according to semantic roles such as tool, animate force, danger, or personal attribute. These patterns are then interpreted in light of Tzvetan Todorov's theory [11] of the fantastic, which frames the ambiguity of magic as central to the genre's narrative tension. Rather than offering a purely quantitative account, the study combines computational mapping with close reading to argue that the linguistic texture of magic plays a formative role in shaping meaning, suspense, and affect in YA fairy-tale fiction.

Theoretical Background. Recent YA adaptations of fairy-tale motifs respond to changing cultural contexts, particularly in how they approach narrative form, authority, and emotion. These texts often move away from linear progression, fixed endings, and rigid oppositions that define the classical model. Instead, they favour open-ended narratives, ethically ambivalent characters, and emotionally layered

storytelling. As Jack Zipes [13] points out, the modern fairy tale has become a site for cultural reflection and critique, often pushing back against the ideological norms usually found in traditional folklore. In YA fiction, this becomes especially salient as protagonists navigate liminal states – between childhood and adulthood, certainty and doubt, tradition and innovation. This liminality is mirrored not only in plot and theme but also in language, particularly in how magic is articulated and experienced.

In both *Uprooted* by Naomi Novik [9] and *The Language of Thorns* by Leigh Bardugo [1], magic is not merely an instrument of plot progression or an ornamental trope. Rather, it becomes a volatile semantic presence – oscillating between embodiment, agency, and danger. These texts engage with what Nikolajeva [8] calls “semantic instability” in fantasy literature, where enchantment is not merely externalized but also internalized, becoming part of the protagonist's psychological and ethical development. In this way, the narrative ambiguity of magic is deeply connected to its linguistic construction. The present study proposes that this ambiguity can be meaningfully traced through a close examination of lexical and grammatical choices, informed by semantic field theory.

Semantic field theory, originating in structural semantics (e.g., Trier [12]; Lehrer [5]) and later refined by cognitive linguists such as Geeraerts [3], provides a model for understanding how groups of related words encode conceptual categories. In literary texts, these fields are not merely reflective but generative: they actively shape how phenomena like magic, power, or danger are imagined and narrated. As Stubbs [10] and Mahlberg [6] have shown in corpus stylistics, semantic fields allow us to connect micro-level language patterns to macro-level thematic structures. In the present article, the field of magic is defined not through authorial intuition alone but through observable lexical clusters: verbs like *snarl*, *unravel*, *own*, *try*; modifiers like *wild*, *dark*, or *defensive*; and syntactic frames that cast magic as subject, object, or possessor. This distribution reveals the semantic roles magic plays – as tool, force, threat, or inherited trait – and provides a linguistic lens for exploring how narrative uncertainty is maintained.

To interpret these findings, the article turns to Tzvetan Todorov's [11] classic formulation of the fantastic. For Todorov [11], the fantastic arises in the moment of hesitation between natural and supernatural explanations – a state that must be sustained but never resolved. Although his model was developed with 19th-century fiction in mind, it remains useful

for analyzing contemporary narratives that resist clear ontological boundaries. In both Novik's and Bardugo's texts, this hesitation cannot always be seen through plot twists, but through the language of magic itself. Animacy, emotionality, and irregular behaviour picture a persistent uncertainty, creating a suspension between metaphor and materiality. While some critics, such as Farah Mendlesohn [7], argue that YA fantasy tends toward the marvellous – where the supernatural is accepted without question – the linguistic instability observed in these texts suggests that they participate, at least partially, in a Todorovian logic of the fantastic.

In these novels, magic remains ambiguous not just on the thematic level but also through the language used to describe it. By combining corpus analysis with fairy-tale theory, the study shows how meaning takes shape through the interaction of linguistic patterns and genre-specific expectations.

Methodology. This study employs a corpus-based stylistic approach to examine how the concept of magic is constructed at the lexical and grammatical levels in two contemporary young adult fantasy texts: *Uprooted* by Naomi Novik [9] and *The Language of Thorns* by Leigh Bardugo [1]. These works were selected due to their densely metaphorical language, intertextual engagement with folkloric traditions, and sustained narrative focus on enchantment, agency, and moral complexity.

A custom-built corpus was compiled from the full texts of the two novels, yielding a total of 255,047 tokens and 216,935 word forms. The corpus was processed using the Sketch Engine platform, which enables advanced analysis of collocational and grammatical behaviour through lemmatized searches, part-of-speech tagging, and syntactic relation extraction. The study examines how the lemma *magic* functions across different grammatical positions – including as subject, object, premodifier, and head noun – to uncover patterns of use that shape its semantic contours within the corpus.

Through this framework, the study isolates high-frequency collocates, verb associations, and possessive constructions that contribute to the construction of magic as an animate force, personal attribute, tool, or threat. These roles are not predefined but emerge inductively from the corpus data and are later interpreted in relation to the narrative and thematic dynamics of the texts. This combination of computational mapping and close reading allows for a stylistically grounded account of how magic operates as a discursive force within the broader affective and narrative architectures of YA fairy-tale fiction.

Lexical Field of *Magic*: A Corpus-Based Interpretation. Although the broader themes in both tales include power, violence, and transformation, this study centres specifically on the lexical and semantic construction of magic, as it provides a dense and variable site for exploring both linguistic patterning and narrative ambiguity. The corpus was interrogated using Sketch Engine's *Word Sketch* and *Concordance* tools to identify:

Verb collocates where *magic* appears as subject or object (e.g., *burn*, *snarl*, *flow*, *use*, *practice*);

Adjective–noun combinations, revealing how *magic* is emotionally and ideologically framed (e.g., *terrible magic*, *own magic*);

Noun–noun phrases where *magic* modifies or is modified by concrete or abstract concepts (e.g., *magic blood*, *magic spell*).

This computational mapping of lexical associations enables a more precise tracing of *discursive roles*: *magic* as an animate force, a tool, a danger, or a personal attribute (see Table 1). As Mahlberg [6] argues, corpus stylistics reveals how repeated patterns contribute to literary meaning beyond thematic labeling, helping us understand how narrative atmosphere and character agency are encoded in language. Corpus-based analysis enables researchers to decode discourse markers, structural coherence, and semantic fields in academic texts – a principle that proves equally valuable in examining narrative style and lexical patterning in young adult fiction [2].

Table 1

Semantic Roles of *Magic* in the Corpus

Semantic Role	Typical Lexical Patterns	Examples from Corpus	Interpretive Implication
Animate Force	Verbs where <i>magic</i> is subject	<i>magic burned</i> , <i>magic snarled</i> , <i>magic flowed</i>	Magic as an agentive force with will or semi-consciousness
Tool / Object	Verbs where <i>magic</i> is object	<i>use magic</i> , <i>learn magic</i> , <i>practice magic</i>	Magic as skill, resource, or technique
Danger / Threat	Adjectives modifying <i>magic</i>	<i>terrible magic</i> , <i>defensive magic</i> , <i>strange magic</i>	Magic as risk, weapon, or destabilizing presence
Personal Attribute	Phrases indicating possession or intimacy	<i>own magic</i> , <i>magic blood</i> , <i>magic music</i>	Magic as embodied, inherited, or emotionally tied

This semantic patterning aligns closely with key narrative moments in both texts. In *Uprooted*, magic as a tool becomes ethically charged when Agnieszka chooses to wield her power not through formal spellcraft but through intuitive, emotionally grounded actions, such as healing corrupted forest victims, even when doing so goes against the Dragon's instructions. This positions her magic as morally subversive and resistant to instrumental logic. As an animate force, magic in *Uprooted* appears to possess agency, particularly in scenes where it "grabs," "flares," or "snarls," resisting human control and behaving as though alive. In *The Language of Thorns*, magic as danger is repeatedly emphasized through its cost: in "Ayama and the Thorn Wood," magical transformation functions as both a solution and a form of punishment, revealing the instability and violence beneath its surface. Finally, magic as a personal attribute emerges through expressions such as "her own magic" or references to bloodlines and inheritance, most notably in *Uprooted*, where Agnieszka's magic is said to be "rooted in the valley" evoking both ancestral connection and a kind of elemental belonging.

The concept of magic in young adult fairy-tale fiction rarely exists in isolation; rather, it is deeply embedded in networks of lexical associations that shape its meaning in context. Drawing

on semantic field theory, particularly the work of Geeraerts (2010), this study considers magic not as a fixed or monolithic signifier but as a node within a broader field of relational meanings. The visualisation of lexical associations drawn from the corpus (Picture 1) illustrates how the word magic interacts with various parts of speech – verbs, nouns, and adjectives – across distinct grammatical roles.

One notable dimension of this field involves verbs where *magic* serves as the grammatical **subject**. These include dynamic and often metaphorical actions such as

1) *burn* – *He stalked away, leaving me to go hunt out some rags from the kitchens to pick up the glass with, and a bucket: I washed the floor as well, though there wasn't a trace of anything spilled, as though the magic had burned off like the liquor on a pudding. I kept stopping and lifting my hand up from the stone floor to turn it over front and back, making sure the stone wasn't creeping back up my fingertips;*

2) *snarl* – *I was still bound up with him, our magic snarled up into great messy tangled knots,*

3) *flow* – *There was only the easy movement of the song, the memory of faces gathered around a table laughing. And then finally the magic flowed, but not the same way as when the Dragon's spell-lessons dragged it in a rush out of me.*

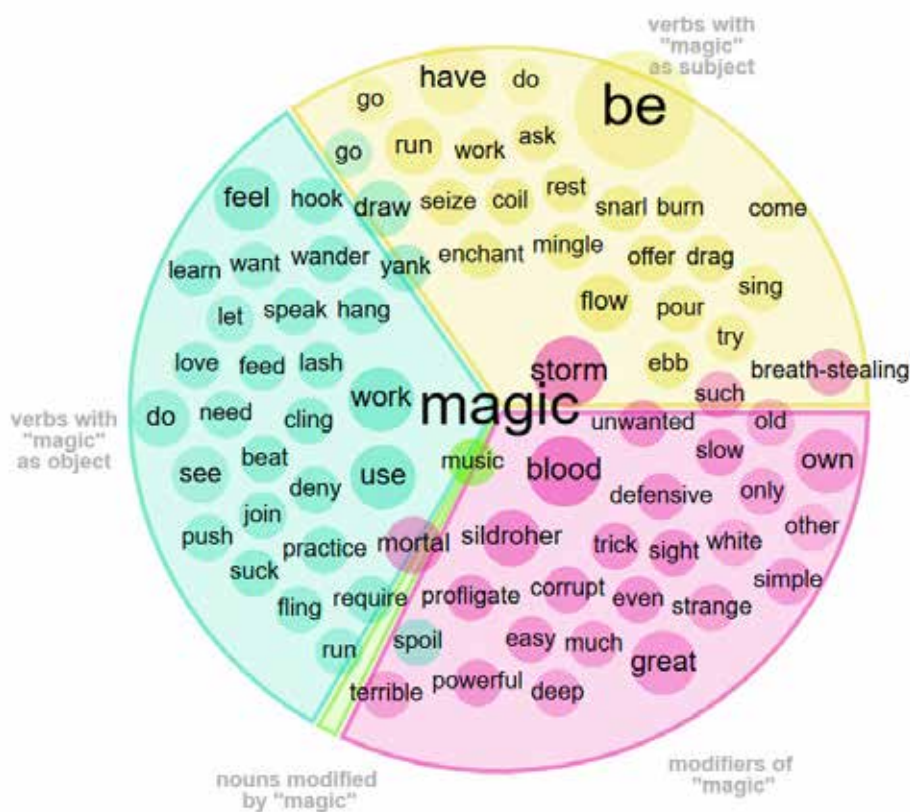


Fig. 1. Collocational network of the lemma *magic* in the YA fantasy corpus

Instead it seemed to me the sound of the chanting became a stream made to carry magic along, and I was standing by the water's edge with a pitcher that never ran dry, pouring a thin silver line into the rushing current;

4) *try* – *Perhaps the magic was trying to save me and itself, because the dish flattened out and turned into an enormous shield, of heavy steel;*

5) *and offer* – *He resisted at first, holding for a moment to the clean precision of his own working, but my own magic was offering his an invitation, and little by little he began to read – not any less sharply, but to the beat I gave.*

These collocates suggest an image of magic as animate or agentive, capable of initiating action and change. Magic here is personified, operating as a force with its own will, an idea that aligns with fantasy narratives in which magical forces are often semi-sentient or independent of human control.

In contrast, verbs where *magic* functions as the **object**, such as *use*, *work*, *learn*, *deny*, and *practice*, present it as something to be handled, acquired, or resisted. This construction frames magic as a tool or substance that characters interact with, reflecting a different narrative logic: one in which power must be learned, tested, or refused. The tension between these two frames – magic as actor versus magic as object – contributes to the ambivalent positioning of magical power in young adult literature, where characters often confront the burden of choice and consequence.

Equally significant are the **nouns modified by magic**, such as *blood*, *storm*, *music*, and *spell*. These pairings form a semantic field where the magical is fused with the bodily, the elemental, and the aesthetic. The presence of *magic blood* or *magic music* suggests a kind of enchantment that is inseparable from material or emotional experience. These collocational patterns construct a metaphorically rich landscape in which magic permeates the material world, investing objects, environments, and characters with symbolic depth.

The final semantic cluster consists of adjectives that modify *magic*, including *great*, *terrible*, *defensive*, *strange*, and *own*, which function as evaluative and affective markers shaping how magic is conceptualized within the narrative world. Magic is not presented as a neutral phenomenon but as a contested and emotionally charged presence. The adjective *own*, for instance, implies a personal or internalised form of magic, while *defensive* and *terrible* point to its protective and destructive capacities.

Taken together, these patterns show that *magic* occupies multiple semantic roles in the corpus: it

acts, it is acted upon, it modifies, and is modified. These roles are not random but patterned, reflecting the genre's tendency to blur boundaries between agency and vulnerability, self and other, risk and wonder. The lexical field of *magic* thus becomes a key mechanism through which narrative tension is produced and meaning is negotiated.

The Function of Magic as a Fantastic Element in YA Fairy Tales. From a Todorovian perspective, the representation of magic in *Uprooted* and *The Language of Thorns* exemplifies the condition of the fantastic, defined by “the hesitation experienced by a person who knows only the laws of nature, confronting an apparently supernatural event” [11, p. 25]. In both *Uprooted* and *The Language of Thorns*, magic resists systematization and remains unbound by coherent supernatural logic. Rather than adhering to fixed rules or predictable mechanisms, it is situated within a liminal space, at once intuitive, affective, and fundamentally opaque. In *Uprooted*, Agnieszka's magic resists codified instruction and emerges through intuitive and affective engagement. It disrupts the formal system proposed by her mentor, remaining irregular and non-formulary in its realisation. Bardugo likewise avoids explanatory frameworks: in her narratives, magic appears suddenly, often bound to themes of revenge, fate, or sacrifice. In both cases, ambiguity is not incidental but sustained, producing the narrative hesitation central to Todorov's theorization of the fantastic, where natural and supernatural interpretations remain in unresolved tension.

Corpus data reinforce this interpretive lens. As the analysis shows, verbs like *burn*, *snarl*, *flow*, and *offer* depict magic as an autonomous, almost sentient agent, while verbs like *use*, *learn*, and *practice* suggest magic is a learned or willed skill. This duality maps directly onto the structure of the fantastic, in which events remain “in a kind of no-man's-land between the uncanny and the marvelous” [11, p. 33]. The same semantic fluidity appears in noun and adjective collocates: phrases such as *magic blood* or *own magic* blur boundaries between internal and external sources of power. Rosemary Jackson [4, p. 3] notes that in fantasy literature, such ambiguity often reflects a deeper subversion of boundaries: “fantasy characteristically attempts to transform the condition of culture itself by making visible what is repressed or concealed”. In this case, magic functions not as stable world-building, but as a narrative tool for sustaining instability and psychological depth.

This ambiguity is especially evident in the affective framing of magic. Descriptors such as

Table 2

Semantic and narrative features of magic in *Uprooted* and *The Language of Thorns*

Aspect	<i>Uprooted</i> (Novik)	<i>The Language of Thorns</i> (Bardugo)
Source of magic	Intuitive, nature-bound, resistant to formal logic	Mysterious, sudden, tied to sacrifice or fate
Supernatural ambiguity	Magic blurs with emotion and instinct	Magic is embedded in mythic structure but left vague
Narrative resolution	Ambiguous; no full rational or supernatural closure	Often unresolved or ending with ironic/moral twists
Lexical markers	<i>own magic, magic blood, burned, offered</i>	<i>strange magic, defensive magic, flowed, snarled</i>
Position in Todorov's spectrum	Between uncanny and marvelous	Strongly aligned with the fantastic

terrible, defensive, and strange encode magic as a force that is never emotionally or ideologically neutral. It is either threatening or protective, inherited or resisted. In Todorov's terms, the fantastic "requires the reader to consider the world of the characters as a world of living persons" while resisting any ultimate explanation (1975, p. 41). Magic's function in both texts mirrors this uncertainty. It serves as both narrative motor and ontological destabilizer – never fully externalized, yet never fully metaphorical. In both texts, hesitation between conflicting meanings functions as a structural element rather than a narrative byproduct. It positions the works within a contemporary tradition of fairy-tale revision that foregrounds ambiguity and resists fixed moral or narrative closure.

While Todorov's [11] theory of the fantastic provides a compelling lens through which to interpret the ambiguous representation of magic in *Uprooted* and *The Language of Thorns*, it is important to acknowledge that not all scholars would classify these texts as belonging to the fantastic mode. Farah Mendlesohn [7], for instance, argues for a more precise taxonomy of fantasy literature, distinguishing between the marvellous, the portal-quest, the intrusion, and the liminal. According to her framework, most young adult fantasy—particularly stories with established magical worlds and protagonists who ultimately master or adapt to magic—fits squarely within the marvellous, where the supernatural is accepted as normal and never questioned.

By this account, the ambiguous status of magic in these texts might be interpreted less as

a structural hesitation (in Todorov's sense) and more as a stylistic or thematic fluctuation within a marvellous world. However, the semantic instability uncovered through corpus analysis suggests a lingering ambivalence that resists complete assimilation into the marvellous. Magic in these stories remains unruly, emotionally charged, and epistemologically unstable, inviting a reading that preserves the hesitation central to Todorov's conception of the fantastic, even if that hesitation operates more at the level of discourse than plot.

Conclusions. The analysis shows that magic in young adult fairy-tale fiction functions through several recurring semantic roles. It appears as a force, a tool, a trait, and a source of threat. These roles are shaped by lexical patterns that are integral to narrative structure. In both *Uprooted* and *The Language of Thorns*, the treatment of magic carries emotional and ideological weight. It reflects tension, ambiguity, and change—motifs central to the genre. The language surrounding magic sustains a mode of hesitation, in line with Todorov's conception of the fantastic. It keeps the boundary between natural and supernatural unresolved. These narrative choices also link magic to themes associated with adolescence, including instability and moral uncertainty. Together, these elements point to a broader conceptual framework within contemporary YA fantasy.

Future research will extend this analysis to larger corpora of young adult fairy tales in order to examine broader lexical and narrative patterns associated with magic.

Bibliography:

1. Bardugo L. *The Language of Thorns: Midnight Tales and Dangerous Magic*. New York : Imprint/Macmillan, 2017. 281 p.
2. Denysova N., Tsapro G. Discourse: From General Notions to Academic Discourse. *Закарпатські філологічні студії*. 2024. Вип. 35. С. 81–88. DOI: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2024.35.14>
3. Geeraerts D. *Theories of Lexical Semantics*. Oxford: Oxford University Press, 2010. 256 p. DOI: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780198700302.001.0001>

4. Jackson R. *Fantasy: The Literature of Subversion*. London : Methuen, 1981. 177 p.
5. Lehrer A. *Semantic Fields and Lexical Structure*. Amsterdam ; New York : North-Holland Publishing Company, 1974. 225 p.
6. Mahlberg M. *Corpus Stylistics and Dickens's Fiction*. London : Routledge, 2013. 234 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203076088>
7. Mendlesohn F. *Rhetorics of Fantasy*. Middletown, CT: Wesleyan University Press, 2008. 336 p.
8. Nikolajeva M. *Power, Voice and Subjectivity in Literature for Young Readers*. London : Routledge, 2010. 222 p.
9. Novik N. *Uprooted*. New York : Del Rey, 2015. 435 p.
10. Stubbs M. *Words and Phrases: Corpus Studies of Lexical Semantics*. Oxford ; Malden (MA) : Blackwell, 2001. 288 p.
11. Todorov T. *The Fantastic: A Structural Approach to a Literary Genre*. Trans. Richard Howard. Ithaca : Cornell University Press, 1975. 179 p.
12. Trier J. *Der deutsche Wortschatz im Sinnbezirk des Verstandes* : Diss. Bonn, 1931. 214 p.
13. Zipes J. *Why Fairy Tales Stick: The Evolution and Relevance of a Genre*. New York & London : Routledge, 2006. 352 p.

УДК 159.9.072.432

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.2.17>**Ірина ШЕСТОПАЛОВА**

професор кафедри іноземних мов та перекладу,

ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом»,

unzkafedra@ukr.net

ORCID: 0000-0002-0438-6743

НАВЧАННЯ ІНШОМОВНОЇ ЛЕКСИКИ У СВІТЛІ СУЧАСНОЇ ПСИХОЛІНГВІСТИКИ: КОГНІТИВНИЙ ПІДХІД

Стаття присвячена проблемі викладання лексики у навчальному процесі з іноземних мов, аналізу сучасних підходів до її викладання, які існують у сучасній психолого-педагогічній літературі, пошуку найбільш ефективних методів навчання цього аспекту іноземної мови. Дана стаття намагається пролити світло на деякі теорії та припущення щодо ролі свідомості та інтуїтивності у вивченні іноземної мови, а саме її лексичного запасу. Мова йде про свідоме і підсвідоме навчання слів, які активно обговорюються останнім часом серед дослідників. У сучасній науковій літературі можемо зустріти три точки зору на це питання, які ми намагаємось проаналізувати у даній публікації. Прихильники свідомого підходу вважають його найкращим, наводять докази його ефективності і недоліки протилежного підходу. Представники іншої точки зору відстоюють переваги несвідомого підходу і вважають навмисне заучування лексики мало результативним. Ціла низка дослідників визнають обидва підходи, визнають переваги і недоліки першого і другого і пропонують комбінований підхід із застосуванням обох, що дає змогу використати їх сильні сторони компенсувати слабкі.

З метою з'ясування питання про те, в яких саме ситуаціях краще використовувати кожний з них, ми звертаємось до аналізу досягнень когнітивної психолінгвістики, яка протягом останніх десятиліть займається вивченням фізіологічних та психологічних механізмів вивчення іноземної мови, в результаті чого дійшла висновків про існуванні індивідуального навчального стилю щодо іноземної мови, притаманному кожному індивідууму. Це відкриття має велике значення для організації процесу навчання іноземних мов, оскільки дозволяє зрозуміти, що для різних учнів ефективними є різні методи навчання і типи вправ, і таким чином обрати відповідні для кожної окремої ситуації.

У нашому дослідженні ми зосереджуємось на двох глобальних стилях у вивченні іноземних мов – аналітичному і комунікативному. В ході дослідження ми спробували проаналізувати їх характерні особливості і відповідні до них методи навчання і типи навчальних вправ. Порівняльний аналіз цих методів і типів вправ довів їх цілісну ідентичність з двома зазначеними вище підходами – свідомим і несвідомим, де свідоме навчання відповідає аналітичному навчальному стилю, а підсвідомий – комунікативному. Це дозволило нам зробити висновок про те, що для учнів з переважним аналітичним стилем свідомий підхід буде більш відповідним і ефективним, в той час як для учнів з комунікативним стилем навчання іноземних мов кращим буде підсвідомий. Незважаючи на доцільність застосування обох підходів для всіх стилів, спиратися краще на відповідний до даної конкретної людини, що дозволить значно підвищити ефективність навчання іноземної лексики з одного боку і більш раціонально підходити до застосування свідомого і підсвідомого підходів у практиці навчання лексичного матеріалу, вирішивши суперечки з приводу переваг будь-якого з них.

Ключові слова: навчання лексики, свідомий і підсвідомий підхід, аналітичний і комунікативний навчальний стиль, відповідні методи навчання.

Iryna Shestopalova. LEARNING FOREIGN LANGUAGE VOCABULARY IN THE LIGHT OF MODERN PSYCHOLINGUISTICS: A COGNITIVE APPROACH

The article is devoted to the problem of teaching vocabulary in the educational process of foreign languages, the analysis of modern approaches to its teaching, which exist in modern psychological and pedagogical literature, the search for the most effective methods of teaching this aspect of a foreign language. This article attempts to shed light on some theories and assumptions regarding the role of consciousness and intuition in learning a foreign language, namely its lexical stock. We are talking about conscious and subconscious learning of words, which have been actively discussed recently among researchers. In modern scientific literature, we can find three points of view on this issue, which we try to analyze in this publication. Supporters of the conscious approach consider it the best one, provide evidence of its effectiveness and the shortcomings of the opposite approach. Representatives of the other point of view defend the advantages of the unconscious approach and consider deliberate memorization of vocabulary to be ineffective. A number of researchers recognize both approaches, acknowledge the advantages and disadvantages of the first and second, and propose a combined approach, which allows to use their strengths to compensate for their weaknesses.

In order to understand in which situations it is better to use each of them, we turn to the analysis of the achievements of cognitive psycholinguistics, which over the past decades has been studying the physiological and psychological mechanisms of learning a foreign language and as a result has come to the conclusion about existence of an individual language learning style, inherent in each individual. This discovery is of great importance for the organization of the process of learning foreign languages, as it allows us to understand that different learning

methods and types of exercises are effective for different students, and thus to choose the appropriate ones for each individual situation.

In our study, we focus on two global styles in learning foreign languages – analytical and communicative. In the course of the study, we tried to analyze their main characteristics and the corresponding teaching methods or training exercises types. A comparative analysis of these methods and types of exercises proved their identity with the two approaches mentioned above – conscious and unconscious, where conscious learning corresponds to the analytical learning style, and subconscious learning corresponds to the communicative one. This allowed us to conclude that for students with a predominant analytical style, the conscious approach will be more appropriate and effective, while for students with the communicative style of learning foreign languages, a subconscious approach will be preferable. Despite the feasibility of using both approaches for all styles, it is better to rely more on the one that is appropriate for a given specific person, which will significantly increase the effectiveness of learning FL vocabulary on the one hand and help teachers to use more rationally approach in the use of conscious and subconscious approaches in the practice of learning lexical material, resolving disputes about the advantages of any of them.

Key words: *vocabulary learning, conscious and subconscious approach, analytical and communicative learning style, appropriate teaching methods.*

Постановка проблеми. Лексика у процесі вивчення іноземної мови є одним з найважливіших компонентів мовної діяльності і має першорядне значення для комунікації. Безперечним є той факт, що словниковий запас є одним із найважливіших компонентів мови, до якого потрібно ставитися з великою увагою та ретельністю під час вивчення іноземної мови. Як свідчать результати досліджень, ця важлива роль словникового запасу поширюється на всі чотири навички, включаючи аудіювання, читання, говоріння, письмо, а також на інші аспекти мови, такі як граматики та культурна компетентність, оскільки без ґрунтового знання словникового запасу неможливо зрозуміти або висловити інформацію під час читання, аудіювання, говоріння чи письма. Тому, успішне оволодіння лексичним матеріалом є однією з найважливіших умов засвоєння іноземної мови, а постійне розширення словникового запасу, його систематичне накопичення розглядається як одне з головних завдань її навчання [6; 10].

Вивчення лексики вважається не тільки надзвичайно важливим аспектом опанування іноземною мовою, але і одним із найскладніших, що викликає необхідність пошуку все більш ефективних підходів та методів її викладання, впровадження нових стратегій навчання словникового запасу. Упродовж багатьох десятиліть науковці досліджували проблему навчання лексичного матеріалу. Протягом останніх років дослідження таких вчених як Б. Флоузі (B. Folse, 2010), Б. Лауфер (B. Laufer, 2009), П. Міура (P. Miura, 2005), Н. Рид (N. Read, 2013), П. Нейшн (P. Nation, 2011), Д. Веб (D. Webb, 2009), Н. Шмитт (N. Schmitt, 2008), Дж. Коуді (J. Coady, 2012), М. Ямамото (M. Yamamoto, 2013) значно розширили розуміння закономірностей і особливостей засвоєння словникового запасу та призвело до розробки передових практик, які викладачі можуть використовувати для покращення навчання.

Але, водночас, існує багато протиріч та суперечок стосовно проблеми пошуку найбільш ефективних шляхів навчання лексики, пропонуються різні підходи і методи щодо здійснення цього навчального процесу. Тому, у даній статі ми звертаємось до питань, пов'язаних з викладанням словникового запасу іноземної мови. **Метою** її є аналіз сучасних теоретичних висновків, науково-методичних рекомендацій та їх поєднання з результатами психолінгвістичних досліджень останніх років і підведення практичних висновків і рекомендацій щодо їх практичного застосування у процесі навчання студентів іншомовної лексики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як було зазначено вище, предметом нашого дослідження є питання про те, який же є найкращий спосіб для учнів вивчати словниковий запас. Проведений аналіз доводить, що, останніми роками були визначені два головних підходи до викладання лексики: свідомий і несвідомий. Так, свідоме навчання має на увазі цілеспрямовані усвідомлені зусилля і відбувається через такі види діяльності, як навмисне заучування слів, виконання вправ, використання карток цілеспрямована практика через словарні диктанти, контрольні роботи, вікторини тощо. Несвідоме навчання відбувається природно, без спеціальних зусиль через види діяльності спрямовані на інші цілі, наприклад, під час читання, аудіювання, перегляд фільмів, рольові ігри, тобто, коли людина не має свідомого наміру вивчити слова, але підсвідомо запам'ятовує їх у процесі мовної діяльності, тоді як навмисне навчання передбачає свідомо організоване та сплановане навчання.

Деякі дослідники вважають, що свідоме навчання не є досить ефективним, оскільки на їх думку, учні просто зазубрюють слова не пов'язуючи їх значення з іншими словами або іншими його формами, і тільки обмежена кількість слів може бути вивчена таким спо-

собом, в той час як несвідоме навчання слів відбувається у мовному контексті і є більш результативним [2; 6; 8].

Водночас, прихильники свідомого навчання зазначають, що цілеспрямоване вивчення словникового запасу майже завжди призводить до швидших та кращих досягнень, а також до більшої ймовірності запам'ятовування, а несвідоме вивчення словникового запасу через інші види мовленнєвої діяльності, має низький рівень засвоєння [4; 5; 9; 10]. Ціла низка дослідників вважає, що одного лише випадкового вивчення словникового запасу недостатньо і має супроводжуватися цілеспрямованою навчальною діяльністю [3; 6; 10].

Проаналізувавши зазначені підходи до навчання лексики, робимо висновок про те, що обидва мають свої переваги та недоліки. Так, свідомий підхід може бути ефективним для швидкого вивчення нових слів і глибокого запам'ятовування, але не призвести здатності вільно використовувати слова в контексті. Підсвідомий підхід може призвести до тривалого запам'ятовування, навичок практичного застосування слів на основі автоматизму та здатності використовувати слова в контексті, хоча не є настільки ефективним для вивчення великої кількості нових слів за короткий проміжок часу або для досягнення конкретних навчальних цілей.

Тут виникає питання, в яких саме випадках краще використовувати кожний з них? На основі чого визначити, який з них буде більш ефективним саме в цій ситуації? З огляду на це, виникає асоціація з двома навчальними стилями у вивченні іноземної мови – аналітичним та комунікативним, і можемо зробити припущення, що для студентів з кожним з цих стилів відповідний підхід у навчанні лексики є більш ефективним.

Нагадаємо, що початок науковим дослідженням у цій галузі було покладено психологами, коли такі дослідники, як Б. Скіннер, Ч. Фрайз, Р. Лейдор, П. Скехан, М. Ноулс, Ф. Шуманн, С. Крашен, Н. Наймен та інші, почали досліджувати фізіологічні та психологічні механізми процесу вивчення іноземних мов, вплив індивідуальних характеристик людини на те, яким чином вони сприймають, обробляють та відтворюють іншомовну інформацію. Під час цих досліджень була виявлена ціла низка таких характеристик, які мають безпосередній вплив саме на процес вивчення мови. Серед них – полезалежність-полenezалежність; екстро-інтроверсія; тривожність; ставлення до ризику; тип інтелекту; темп навчання у залежності від при-

таманної індивідууму швидкості нервових реакцій; специфічні мовні здатності; вікові особливості; попередній навчальний досвід [1; 12]. Узагальнюючи всі вищезгадані психолого-педагогічні та нейрофізіологічні характеристики, що впливають на навчальні переваги студентів, науковці дійшли висновку, що в тих чи інших комбінаціях вони складають індивідуальний стиль людини щодо навчання іноземних мов [1; 12].

Таким чином, останніми роками у педагогіці іноземних мов з'являється таке поняття, як навчальний стиль, що означає комплекс психологічних та нейрофізіологічних рис особистості, який впливає на її переваги в організації навчального процесу з іноземних мов. Важливим тут є те, що особистий навчальний стиль людини впливає на її переваги до тих чи інших методів навчання. Знання і розуміння важливих для мовного навчального процесу індивідуальних характеристик студентів дозволяє педагогам і викладачам обрати найбільш ефективні форми і режими роботи, пристосувати методику і матеріали для групи так, щоб вони дозволяли максимально реалізуватися кожному студенту. Такий диференційований погляд на показник здібностей, на думку дослідників, може і повинний стати основою для більш ефективного навчання мов, оскільки дає змогу використати сильні сторони людини і максимально компенсувати слабкі. Результати експериментів переконливо свідчать, що вибір відповідної методики з урахуванням цього показника сприяє досягненню більш високих результатів і збільшує ефективність навчання іноземної мови, і її важливішого аспекту – лексики, зокрема.

Існування навчального стилю людини призвело до виникнення торії гнучкого навчання, характерною рисою якої є відмова від визнання існування універсального, єдино правильного, взагалі рекомендованого і застосованого методу навчання, який рекомендує універсальний, уніфікований підхід до всіх, і пропонують «новий еклектичний підхід до навчання іноземних мов, стверджуючи, що немає ідеальних, або слабких методів викладання мов, є тільки ті, які підходять або не підходять даному індивіду» [1, с. 50]. Дана концепція підтверджується тим фактом, що ніколи не буває єдиного ставлення до будь-якої, навіть самої популярної з них.

Це також стосується і навчання лексики, як частини мови зокрема. І аналіз науково-методичної літератури щодо методів і підходів до навчання лексики чітко демонструє наявність активних прихильників однієї теорії і несприйняття другої, які відчувають дуже

явно переваги однієї і недоліки іншої. Але це лише свідчить про те, що є люди, яким та чи інша методика більше підходить, є більш зрозумілою і ефективною для них, оскільки просто відповідає їх навчальному стилю.

Саме це і дає нам підстави прослідити зв'язки між даними підходами до навчання лексики і навчальним стилем людини, чому і присвячена дана стаття.

Зараз існують різні спроби класифікації навчальних стилів студентів щодо навчання іноземної мови. Серед них найбільш розповсюдженою є класифікація П. Скехана [1; 11], за якою вирізняється чотири стилі навчання іноземних мов, що відповідає чотирьом психолого-педагогічним типам студентів – конкретний, аналітичний, комунікативний і авторитарний. Але у нашому дослідженні нас будуть цікавити два з них – аналітичний і комунікативний, які відповідають схильності їх представників до аналітичних чи комунікативних методів навчання. Згадаємо їх характерні особливості.

Для представників аналітичного стилю вивчення іноземних мов притаманні несприйняття високого темпу, потреба в осмисленні, схильність до рутинної роботи, аналізу. Ці учні використовують мову більш усвідомлено і не стануть застосовувати слово у процесі практичної комунікації якщо на 100% не впевнені, що вони його дуже добре знають і розуміють, якщо свідомо не вивчили його до цього. До того ж ці учні краще розвинута зорова пам'ять і вони гірше сприймають інформацію на слух. Тому, перевагу віддають логічному, дидактичному способу навчання, заняттям по підручниках, свідомому заучуванню слів, виконання вправ і самостійної роботи в індивідуальному режимі. Саме такі методи вивчення мови для них буде найбільш комфортними та ефективними [1; 11].

На відміну від аналітичного, представники комунікативного стилю вивчення іноземних мов потребують високого темпу роботи, не сприймають логічну презентацію матеріалу, мають потребу в розмаїтості видів мовної діяльності, сприймають інформацію через почуття та емоції, мають гарно розвинені навички сприйняття на слух і більш воліють до інтуїтивного сприйняття мови через її практичне застосування. Ці учні є більш сміливими у використанні мови, не бояться вживати нові слова, робити помилки і легко відтворюють лексику, яку щойно почули у процесі комунікації. Тому для них більш підходять усні форми навчання, сприйняття лексики на слух через використання аудіо матеріалів, діалогів, пісень, дискусій і бесід,

неаналітичного, а інформативного або розважального читання [1; 11].

Проаналізувавши докази обох сторін, можемо зробити висновок про те, що обидва підходи до навчання лексики – як випадкове навчання, так і навмисне навчання – для вивчення словникового запасу є ефективними. Саме тому, останнім часом ціла низка дослідників [3; 7; 10] погоджуються, що поєднання обох підходів може бути більш успішним для розширення словникового запасу. Але, тим не менш, завжди є той один, якому надається перевага.

Порівняємо методи навчання, переважні для представників аналітичного і комунікативного стилів навчання іноземних мов з методами, що пропонують відповідно свідомий і несвідомий підхід до навчання лексики. Так, свідомий підхід передбачає класичний метод запам'ятовування нових слів шляхом пов'язування їх з їхніми значеннями, часто через повторення і флешкартки; створення та вивчення списків слів, часто класифікованих за темами або частинами мови, для формування структурованої бази словникового запасу; зосередження на вивченні словникового запасу за допомогою вправ на переклад, підкреслюючи свідоме розуміння мовної системи; безпосереднє викладання словникового запасу та граматичних правил, з акцентом на точність та правильне використання; використання словників; аналітичне читання з перекладом. І тут чітко прослідковується відповідність між аналітичним стилем людини і свідомим підходом до навчання лексики і розуміння того, що саме такі методи навчання лексики будуть більш природними і більш ефективними для них.

Несвідомий підхід пропонує такі методи як занурення – оточення себе мовою через такі дії, як практичне спілкування, перегляд фільмів, прослуховування музики або участь у рольових іграх, читання літератури, часто за допомогою контексту, жестів або візуальних посібників; набуття словникового запасу природним шляхом, зосереджуючись на інших завданнях, таких як читання змісту або ведення розмов, наголошує на знайомстві та розумінні, а не на чітких інструкціях. Цей підхід припускає, що багаторазове знайомство зі словами, навіть без свідомої уваги, може призвести до певного ступеня навчання. Кореляція між комунікативним стилем навчання і підсвідомим підходом до вивчення лексики безперечна, отже ці учні будуть віддавати перевагу і вважати ефективним саме підсвідомий підхід і притаманні йому типи вправ і методи навчання.

Таким чином, розуміємо, що у поєднанні результатів науково-методичних та психо-лінгвістичних досліджень полягає відповідь на важливі запитання з приводу оцінювання та практичного застосуванні більш відповідних та ефективних у даному конкретному випадку методів та підходів, можемо бачити процес навчання іношомовної лексики більш глибоко і зрозуміло, а значить можемо зробити його більш результативним.

Висновки. Отже, на основі вище зазначеного, приходимо до розуміння, що у процесі навчання студентів іношомовної лексики, із студентами аналітичного складу більш ефективним буде застосування свідомого підходу, і навпаки, із студентами комунікативного складу краще буде застосовувати несвідомий підхід.

Зрозуміло, що не завжди навчальний стиль людини можна характеризувати як суто аналітичний або суто комунікативний бо частіше вони є комбінованими з одним переважним.

Саме тому комбінований підхід є безперечно найкращим варіантом і не варто обмежуватись одним з них. Але переважним і більш ефективним для певного студента буде той, що відповідає його навчальному стилю. З огляду на це, педагогічне завдання полягає в тому, що намагаючись максимально розвивати всі сторони особистості, поступово поєднуючи усі види діяльності, необхідно спиратися при цьому краще на сильні сторони людини, а не підкреслювати і виділяти слабкі, що може негативно позначитися як на мотивації студента до навчання, так і на результативності і якості цього навчання [1; 11].

Таким чином, розбіжності серед дослідників у розумінні ефективності застосування свідомого чи несвідомого підходу до навчання лексичного матеріалу під час навчання студентів іноземної мови можна вирішити за допомогою їх кореляції з переважним навчальним стилем учня, а також застосування у навчальному процесі їх комбінованої форми.

Література:

1. Шестопалова І. О Індивідуалізація навчання іноземних мов у вищій школі Великої Британії.: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01. Луганськ, 2010. 230 с.
2. Ahmad J. Intentional vs. incidental vocabulary learning. *ELT Research Journal*. 2012. Vol. 1(1), 71–79.
3. Coady J. Research on ESL/EFL vocabulary acquisition: Putting it in context. In T. Huckin, M. Haynes, & J. Coady (Eds), *Second Language Reading and Vocabulary Learning*, New Jersey: Ablex Publishing Corporation Norwood. 2001. pp. 3–23.
4. Hill M., Laufer B. Type of task, time-on-task and electronic dictionaries in incidental vocabulary acquisition. *International Review of Applied Linguistics*. 2003. Vol. 41(2), 87–106.
5. Ishii T., Schmitt N. Developing an integrated diagnostic test of vocabulary size and depth. *RELC Journal*. 2009. Vol. 40(1), 5–22.
6. Horst M., Cobb T., Meara P. Beyond A Clockwork Orange: Acquiring second language vocabulary through reading. *Reading in a Foreign Language*. 1998. Vol. 11(2), 207–223.
7. Hulstijn J. H. Intentional and incidental second-language vocabulary learning: A reappraisal of elaboration, rehearsal and automaticity. In P. Robinson (Ed.), *Cognition and Second Language Instruction*. Cambridge, UK: Cambridge University Press. 2001. pp. 258–286.
8. Nation P. *Learning vocabulary in another language*. Cambridge University Press. 2022. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139524759>
9. Laufer B., Hulstijn J. Incidental vocabulary acquisition in a second language: the construct of Task-Induced Involvement. *Applied Linguistics*, 2001. 22, 1–26.
10. Reynolds B. L. *Vocabulary learning in the wild*. Springer. 2023. <https://doi.org/10.1007/978-981-99-1490-6>
11. Schmitt N. *Vocabulary in language teaching*. Cambridge University Press. 2020.
12. Skehan P. Individual differences in second language learning. London : Edward Arnold, 1989. 168 p.
13. Zhang B., Li C. Classification of L2 vocabulary learning strategies: Evidence from exploratory and confirmatory factor analyses. *RELC Journal*, 2011. 42(2), 141–154. <https://doi.org/10.1177/0033688211405180>

УДК 070:316.77

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.2.18>**Лариса ЯЦЕНКО**

кандидат філологічних наук, доцент кафедри прикладної лінгвістики, зарубіжної літератури та журналістики,

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ORCID: 0000-0001-7291-7633

ЕМОЦІЙНА ЖУРНАЛІСТИКА: ТЕНДЕНЦІЇ ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ КОНТЕНТУ ТА ЇХНІЙ ВПЛИВ НА АУДИТОРІЮ

У статті розкрито основні тенденції персоналізації контенту в межах емоційної журналістики, що зумовлюють трансформацію форм і механізмів взаємодії медіа з аудиторією. Встановлено, що активне залучення емоційних елементів у журналістський дискурс є відповіддю на цифровізацію комунікативного простору та зростання афективної чутливості споживачів інформації. Наголошено на ключовій ролі жанрово-формальних інновацій, таких як іммерсивна та конструктивна журналістика, які спрямовані на поглиблення досвіду аудиторії. Підкреслено, що персоналізовані емоційні історії створюють ефект присутності, сприяючи емпатійному співпереживанню та когнітивній залученості. Констатовано, що цифрові платформи та соціальні мережі, зокрема TikTok, Instagram і Facebook, активно впливають на формування емоційного ландшафту, використовуючи алгоритмічне виявлення афективних реакцій. Зауважено, що включення особистих історій у структуру новин дозволяє змістити акцент із абстрактного повідомлення на індивідуалізоване переживання. Розкрито, як емоційне висвітлення соціальних конфліктів (міграції, дискримінації, війни) через образи жертви або спротиву сприяє формуванню наративів справедливості та гуманітарного осмислення. Встановлено, що емоційна журналістика виконує інформаційну та комунікативно-адаптивну функції. Зазначено, що емоційна персоналізація має двоякий характер: вона водночас поглиблює розуміння теми та формує ризики інформаційної ізоляції. Констатовано наявність викликів, пов'язаних із балансуванням між емоційним впливом і збереженням журналістських стандартів неупередженості. Визначено, що персоналізований контент у журналістиці впливає на розвиток емоційної компетентності аудиторії, формуючи нові практики співпереживання та суспільної участі.

Ключові слова: емоційна журналістика, персоналізація контенту, комунікація, медіа, журналістські жанри, емоційний вплив.

Larysa Yatsenko. EMOTIONAL JOURNALISM: TRENDS IN CONTENT PERSONALIZATION AND THEIR IMPACT ON THE AUDIENCE

The article reveals the main trends of content personalization within emotional journalism, which drive the transformation of the forms and mechanisms of media interaction with the audience. It has been established that the active inclusion of emotional elements in journalistic discourse is a response to the digitalization of the communicative space and the growing affective sensitivity of information consumers. The crucial role of genre-formal innovations – such as immersive and constructive journalism – has been emphasized, as they aim to deepen the audience's experience. It is highlighted that personalized emotional stories create a sense of presence, fostering empathetic resonance and cognitive engagement. It has been stated that digital platforms and social media, particularly TikTok, Instagram, and Facebook, actively influence the shaping of the emotional landscape through algorithmic detection of affective reactions. It is noted that incorporating personal stories into news structures enables a shift from abstract reporting to individualized experience. The article examines how the emotional coverage of social conflicts (migration, discrimination, war) through the imagery of victimhood or resistance contributes to the formation of narratives of justice and humanitarian reflection. It has been established that emotional journalism performs both informational and communicative-adaptive functions. Emotional personalization is characterized as dual in nature: it simultaneously deepens topic comprehension while posing risks of informational isolation. Challenges have been identified in balancing emotional impact with the maintenance of journalistic standards of impartiality. It is determined that personalized content in journalism influences the development of the audience's emotional competence, shaping new practices of empathy and civic engagement.

Key words: emotional journalism, content personalization, communication, media, journalistic genres, emotional impact.

Постановка проблеми. У сучасному інформаційному просторі спостерігається посилення ролі емоційного чинника як ключового засобу впливу на аудиторію, що зумовлено зростаючою конкуренцією між медіа за увагу споживача та зміною комунікативної парадигми в напрямі персоналізованого подання контенту. З огляду на це,

журналістика дедалі частіше звертається до емотивних стратегій як інструментів конструювання повідомлень, здатних викликати емоційний резонанс та формувати індивідуалізоване сприйняття соціально значущих подій. Однак попри активне використання персоналізованого підходу до створення медіаматеріалів, питання впливу емоційної

персоналізації на когнітивні процеси аудиторії, її поведінкові реакції та рівень критичного осмислення інформації залишаються недостатньо вивченими. Тому актуальність означеної проблематики обумовлена потребою наукового осмислення трансформаційних процесів у журналістиці під впливом емоційного повороту, що передбачає переосмислення функцій медіа у суспільстві та ролі емоцій у комунікативній взаємодії між журналістом і реципієнтом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Останні дослідження та публікації засвідчують посилення уваги наукової спільноти до проблеми емоційності в журналістиці, що свідчить про формування цілісного напрямку в межах емоційного повороту медіадосліджень. Так, Wahl-Jorgensen K. та Pantti M. у спільній праці окреслюють емоційний поворот як ключову трансформацію журналістики, що сприяє її гуманізації в умовах цифрового середовища [11]. У подальшому дослідженні Wahl-Jorgensen K. конкретизує поняття емоційного повороту, розглядаючи його як аналітичну рамку для вивчення ролі емоцій у виробництві та споживанні новинного контенту [10]. Поряд з тим, Lecheler S. акцентує увагу на необхідності зосередження уваги на сприйнятті емоційного контенту з боку аудиторії, що відкриває перспективи для вивчення рецептивних механізмів впливу [7]. Дослідження Rajnik M. висвітлює роль емоцій як професійного ресурсу журналіста, що дозволяє налагоджувати рефлексивну взаємодію з аудиторією в межах нових форматів журналістики [9]. Водночас Грозна О. аналізує персоналізацію контенту як інструмент емоційного впливу в онлайн-медіа, підкреслюючи виклики, пов'язані з балансом між релевантністю та маніпулятивністю інформації [3]. У цьому контексті Li B. B. J. та Lee H. M. демонструють, що емоційна персоналізація, зокрема через імерсивні технології та особисті свідчення, підвищує рівень емпатії та запам'ятовування контенту аудиторією [8]. Крім того, Головська І. та Почепцова Д. доводять, що медіавплив на емоційну сферу має значний ефект у формуванні поведінкових реакцій, зокрема в умовах високого соціального навантаження [2]. Кушнір О., Біла Н., Мединська О. та Синоруб Г. зосереджують увагу на мовленнєвих засобах вербалізації емоцій у вітчизняному онлайн-дискурсі, виокремлюючи сталі лексико-стилістичні моделі впливу [4]. Натомість Белецька А. та Рождественська В. аналізують функціонування емоційного контенту в умовах постправди, акцентуючи увагу на його здатності підсилю-

вати суб'єктивність сприйняття та змінювати акценти реальності [1]. Узагальнення наведених праць свідчить про системну інституціоналізацію емоційного дискурсу в сучасній журналістиці, що відкриває перспективи для подальшого міждисциплінарного аналізу механізмів медіавпливу на емоційну сферу суспільства.

Формулювання мети статті. Метою статті є дослідження тенденцій персоналізації контенту в емоційній журналістиці та аналіз їхнього впливу на сприйняття інформації аудиторією в умовах трансформації медіакомунікаційного середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтенсифікація інтересу до емоцій як складника медіакомунікації в журналістичнознавстві спостерігається лише впродовж останніх десятиліть. Така тенденція обумовлена, насамперед, стрімким розвитком цифрових інформаційних технологій, що актуалізували емоційно-афективний вимір споживання та створення медіаконтенту, а також водночас спричинили систематичну мобілізацію, комерціалізацію й інструменталізацію емоцій у цифровому середовищі [11]. Емоції почали розглядатися як побічний ефект інформаційної взаємодії та як центральний чинник залучення уваги, побудови лояльності та формування когнітивних реакцій аудиторії.

Цей зсув супроводжується формуванням нових жанрово-формальних практик, що зосереджуються на переживаннях, досвіді та афективному залученні користувача. До таких належать імерсивна журналістика, яка моделює ефект присутності й дозволяє споживачу медіа «пережити» подію, а також конструктивна журналістика, яка переорієнтовує увагу з конфлікту та сенсації на вирішення соціальних проблем і зміцнення наративів співчуття, участі й надії [7]. Обидва напрями інтегрують емоційність не як супровідний елемент, а як структурну ознаку подачі інформації.

З огляду на зазначене, емоційна журналістика постає як форма комунікації, орієнтована на відновлення або підтримання глибокого, персоналізованого зв'язку з аудиторією. Її ефективність дедалі частіше обґрунтовується результатами досліджень у сфері медіаефектів, які вказують на залежність когнітивного осмислення й емоційної реакції аудиторії від ступеня персональної залученості до теми [7]. Таким чином, емоційний компонент трактується як інструмент оптимізації впливу контенту на рівні уваги, запам'ятовування, довіри та готовності до дії.

У межах персоналізованого інформаційного середовища особливого значення набуває практика емоційного нарративу, як прийому, що дозволяє не лише індивідуалізувати новинний контент, а й уможливити формування емоційно забарвленої ідентифікації між персонажами сюжету й реципієнтом. Наприклад, емоційне висвітлення теми війни в Україні в міжнародних медіа часто ґрунтується на історіях окремих осіб (жінок, дітей, військових), що стають символічними фігурами гуманітарної катастрофи, репрезентованими через призму людських втрат і надії. Це спостерігається, зокрема, у матеріалах BBC, CNN та The Guardian, які подають сюжет як інформаційний факт та як емоційний досвід.

Зміщення акценту з об'єктивістського представлення новин на емоційно насичене подання інформації зумовило трансформацію традиційних «жорстких» жанрів журналістики. У цифрову добу навіть інформаційні формати, які раніше тяжіли до нейтральності, почали передбачати цілеспрямоване залучення афективних елементів. Це пояснюється зміною характеру взаємодії між медіа та аудиторією, яка дедалі частіше демонструє вищу когнітивну активність, емоційне співпереживання та поведінкову відповідь у разі високого рівня персональної релевантності поданого контенту [10].

Цифрові платформи та соціальні мережі відіграють ключову роль у цьому процесі, оскільки забезпечують не лише швидку дистрибуцію інформації, а й динамічне моделювання емоційного простору сприйняття. Так, алгоритми TikTok, Instagram або Facebook відстежують емоційні реакції користувачів (через лайки, реакції, час перегляду) й оптимізують подачу контенту відповідно до виявлених афективних уподобань. Це сприяє закріпленню практики подання новин через особисті історії, візуальні наративи та свідчення очевидців, які мають високий афективний потенціал. Наприклад, матеріали ресурсу AJ+ (<https://www.instagram.com/ajplus>) регулярно використовують емоційне кадрування соціально значущих тем, орієнтуючись на персональні історії та короткі кліпові відеофрагменти.

З огляду на це, емоційна персоналізація новин дедалі частіше трактується як стратегія, що дозволяє посилити залучення аудиторії та підвищити рівень інформованості про суспільно важливі проблеми. Замість ідеї про те, що емоції підривають раціональність журналістського повідомлення, з'являється

припущення про їхню здатність до посилення пізнавального ефекту. За цією логікою, включення емоційних свідчень пересічних громадян (так званих «ordinary voices») у структуру новинного сюжету дозволяє наблизити абстрактні події до аудиторії та створити умови для емпатичного співпереживання [8].

Особливої уваги потребує вивчення впливу емоційної персоналізації на сприйняття суспільних конфліктів. Наприклад, у висвітленні тем міграції, расової дискримінації або кліматичної кризи емоційні свідчення постраждалих використовуються для створення нарративів справедливості, жертви або опору. У дослідженні Human Rights Watch зазначається, що саме інтерв'ю з конкретними особами, які постраждали від насильства або переслідування, ефективніше формують громадську думку та впливають на політичне рішення, ніж статистичні зведення (<https://www.hrw.org/our-research-methodology?>).

Застосування персоналізованого підходу до формування медіаконтенту актуалізує низку етичних, суспільно-політичних та комунікативних проблем, що стосуються передусім приватності користувача, його автономії у сприйнятті інформації, а також впливу таких практик на загальну структуру публічного дискурсу. Особливу тривогу викликає ефект так званих «інформаційних бульбашок» – ситуацій, коли алгоритми персоналізації починають обмежувати інформаційне поле користувача, формуючи навколо нього замкнуте середовище підтверджувальних повідомлень. У цьому середовищі зменшується доступ до альтернативних поглядів, що ускладнює критичне осмислення складних суспільних тем і сприяє радикалізації позицій [3, с. 299].

У продовження цієї логіки, персоналізація контенту в межах емоційної журналістики демонструє ще складніший вплив на аудиторну структуру – з одного боку, вона забезпечує вищу залученість та підвищення релевантності повідомлення, з іншого – створює ризики селективного емоційного резонансу. Наприклад, новини, які викликають сильну емоційну реакцію (гнів, страх або співчуття), підсилюють когнітивну прив'язаність до вже сформованих переконань, що унеможливляє сприйняття нюансів або багатоголосся [3, с. 299].

На практиці це особливо помітно в алгоритмах YouTube або TikTok, де рекомендаційні системи швидко підлаштовуються під емоційну реакцію користувача. Наприклад, дослідження Mozilla Foundation виявило, що рекомендаційний алгоритм YouTube схиль-

ний послідовно пропонувати користувачам усе більш радикальний контент, якщо вони хоча б раз взаємодіяли з відео на чутливу або конфліктну тему (<https://foundation.mozilla.org/en/youtube/>). Це вказує на механізми, за допомогою яких платформи підсилюють афективну поляризацію.

Зауважимо, що персоналізація контенту в емоційній журналістиці є маркетинговим інструментом, а також елементом трансформації самої структури новинного повідомлення. Вона впливає на шляхи формування емоційної компетентності аудиторії, визначаючи параметри залученості, емпатійної відповіді та когнітивної відкритості до складних соціальних явищ.

Особливості функціонування наративних структур в емоційній журналістиці часто корелюють із системними параметрами медіапростору конкретної країни. Зокрема, в умовах політичної чи економічної нестабільності, коли журналісти перебувають під тиском владних або корпоративних інституцій, застосування емоційного кодування у новинах набуває комунікативної та захисної функцій. У такому контексті емоційне звернення виконує роль компенсаторного ресурсу, здатного підтримувати зацікавлення аудиторії, коли бракує інституційних важелів для збереження професійних стандартів журналістики. Проте це не означає автоматичного відступу від етичних норм або девальвації інформаційної місії медіа. Навпаки, активне залучення афективного потенціалу у публічному дискурсі може свідчити про адаптацію журналістської практики до нових умов, що дозволяє утримувати довіру аудиторії та активізувати громадську участь [9].

У цьому зв'язку важливо розрізняти емоційність як інструмент комерціалізації контенту та емоційність як механізм підтримання демократичної публічності. Другий підхід передбачає цілеспрямовану професіоналізацію подання емоцій у новинному продукті – через виважене використання лексичних, синтаксичних та візуальних засобів, що стимулюють раціональне осмислення. Емоційна журналістика в такому вимірі постає не як форма популізму, а як спроба модернізувати комунікативний зв'язок між медіа та суспільством.

У медіапрактиці українських інтернет-ресурсів емоційний контент дедалі частіше виступає частиною стратегічної комунікаційної технології, особливо в умовах постправди. Сучасні журналісти активно використовують афективно насичене мов-

лення, прагматично марковану лексику та формати «живої історії», які підвищують імовірність отримання емоційного зворотного зв'язку від аудиторії. Такий тип подачі інформації спрямований не стільки на передачу фактів, скільки на формування спільного емоційного тла, яке сприяє консолідації громадської уваги навколо певних тем, подій чи інтерпретацій [1, с. 23].

Аналіз популярних українських інтернет-видань, зокрема «Української правди», «Суспільного», «Ліги» чи «24 каналу», засвідчує зростання частки матеріалів, у яких переважають заголовки з емоційно-модальними маркерами: «Шокуюча правда», «Неочікуване зізнання», «Сльози на очах» тощо.

Емоційна журналістика, що характеризується використанням емотивів – мовних одиниць різних рівнів (лексичного, морфологічного, синтаксичного, стилістичного), відіграє ключову роль у формуванні емоційної реакції аудиторії на медіатексти [4, с. 3]. Ці мовні засоби сприяють вербалізації емоцій, що своєю чергою впливає на сприйняття та інтерпретацію інформації.

Сприйняття медіаконтенту є складним процесом, що залежить від низки чинників, таких як ступінь усвідомлення соціально значущих проблем, участь у ситуаціях сприйняття позитивної та негативної інформації, особистий досвід та вік. Для досягнення переконливого впливу на емоційну сферу аудиторії та підвищення особистої значущості соціальних проблем, медіа повинні зосередитися на суб'єктивній значущості, принципі емпатії, правдоподібності та створенні цілісного образу проблеми [2, с. 62].

У сучасному медіапросторі персоналізація контенту стала важливим інструментом залучення аудиторії. Завдяки аналізу великих обсягів даних, таких як історія переглядів, вподобання, демографічні характеристики та геолокація користувачів, алгоритми підбирають релевантний та цікавий споживачам контент. Це дозволяє медіа адаптувати інформаційне наповнення відповідно до індивідуальних інтересів та поведінки користувачів, що підвищує ефективність комунікації [3, с. 298].

Однак така персоналізація має й зворотний бік. Алгоритмічні «бульбашки», що виникають внаслідок рекомендацій контенту, подібного до вже вподобаного, можуть призвести до обмеження інформаційного поля користувачів та посилення поляризації поглядів. Це підкреслює необхідність критичного ставлення до споживаного контенту та пошуку

альтернативних джерел інформації для формування обґрунтованої думки [6].

Емоційна журналістика також активно використовує візуальні засоби для впливу на аудиторію. Дослідження показують, що емоційні зображення, особливо обличчя з виразними емоціями, можуть значно впливати на сприйняття новинного контенту та довіру до джерела. Це свідчить про важливість візуального контенту у формуванні емоційної реакції аудиторії. У зв'язку з цим, медіа активно впроваджують нові формати, такі як гейміфікація, для підвищення емоційного залучення аудиторії. Ігрові елементи в журналістських матеріалах дозволяють створювати новий досвід для користувачів, сприяючи глибшому розумінню та емпатії. Це відкриває нові можливості для комунікації та взаємодії з аудиторією [5].

Таким чином, емоційна журналістика, використовуючи персоналізацію контенту та емоційні засоби впливу, має значний потенціал для залучення аудиторії та формування її сприйняття. Однак важливо зберігати баланс між емоційністю та об'єктивністю, щоб забезпечити достовірність інформації та сприяти критичному мисленню аудиторії.

Висновки і пропозиції. На підставі проведеного аналізу можна зробити висновок, що емоційна журналістика, яка активізувалася в умовах цифровізації медіапростору, набула значення як інструмента комерціалізації та як засобу налагодження глибшого комуніка-

тивного зв'язку з аудиторією. Її зростаюча популярність зумовлена зміною характеру сприйняття інформації – від нейтрального інформування до афективного занурення, що посилюється практиками персоналізації, візуального нарративу та використання мовних емотивів. Зміщення акценту з об'єктивізму до суб'єктивно забарвленого досвіду споживання контенту спричинило трансформацію традиційних жанрів і сприяло формуванню нових форматів (зокрема, імерсивної та конструктивної журналістики), які інтегрують емоції як структурний елемент. Водночас персоналізація, як технологічний і комунікаційний процес, не тільки потенціал для емпатійної взаємодії, а і ризики когнітивної замкненості, посилення інформаційної ізоляції та афективної поляризації. Тому, хоча емоційна журналістика демонструє ефективність у підвищенні рівня інформованості та залученості, її впровадження потребує зваженого балансу між впливовістю і професійною етикою, щоб зберігати довіру до медіа й сприяти критичному осмисленню соціальної реальності.

Перспективи наступних досліджень полягають у поглибленому аналізі впливу емоційної журналістики на формування громадської думки, вивченні механізмів емпатійної взаємодії аудиторії з медіанаративами, а також у розробці етичних моделей балансування між емоційністю контенту та збереженням журналістських стандартів.

Література:

1. Белецька А., Рождественська В. Емоційний контент в новинному продукті інтернет-медіа України у часи пост-правди. *Наукові записки інституту журналістики*. 2019. № 2(75). С. 11–26.
2. Головська І. Г., Почепцова Д. О. Психологічні особливості впливу медіа на емоційну сферу та організаційну поведінку військовослужбовців. *Габітус*. 2021. № 27. С. 59–63.
3. Грозна О. Персоналізація контенту сучасних онлайн-медіа: виклики та перспективи. *International Scientific journal «Grail of Science»*. 2024. № 41. С. 298–300.
4. Кушнір О. В., Біла Н. В., Мединська О. Я., Синоруб Г. П. Вербалізація емоцій в українських онлайн-медіа. *Communications and Communicative Technologies*. 2024. Вип. 24. С. 3–14.
5. Срібний М. Ігри і журналістика: як емоційно залучити аудиторію. EJO, 2020. URL: <https://ua.ejo-online.eu/5035/tsyfrovi-media/games-and-journalism>
6. Ярошенко О. Штучний інтелект та людяність у розмовній журналістиці. EJO, 2024. URL: <https://ua.ejo-online.eu/8547/tsyfrovi-media/shtuchnyi-intelekt-ta-liudianist>
7. Lecheler S. The emotional turn in journalism needs to be about audience perceptions: Commentary-virtual special issue on the emotional turn. *Digital journalism*. 2020. № 8(2). P. 287–291.
8. Li B. B. J., Lee H. M. Emotional personalization in immersive journalism: Exploring the influence of emotional testimonies and modality on emotional valence, presence, empathy, and recall. *PRESENCE: Virtual and Augmented Reality*. 2019. № 28. С. 281–292.
9. Pajnik M. Professionalizing emotions as Reflective engagement in emerging Forms of Journalism. *Journalism Studies*. 2024. № 25(2). P. 181–198.
10. Wahl-Jorgensen K. An emotional turn in journalism studies?. *Digital journalism*. 2020. № 8(2). P. 175–194.
11. Wahl-Jorgensen K., Pantti M. Introduction: The emotional turn in journalism. *Journalism*. 2021. № 22(5), P. 1147–1154.

Наукове видання

**НАУКОВІ ПРАЦІ
МІЖРЕГІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
ФІЛОЛОГІЯ**

Випуск 2 (16), 2025

Засновано 2001 року
Видання виходить 4 рази на рік

Коректор *І. М. Чудеснова*
Комп'ютерне верстання *О. І. Молодецька*

Підписано до друку 01.09.2025 р.
Формат 60х84/8. Гарнітура Times New Roman.
Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 14,88.
Наклад 100 прим. Замовлення № 0725/620.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»
65101, Україна, м. Одеса, вул. Інглезі, 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.